

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АЕРОКОСМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені М. Є. ЖУКОВСЬКОГО "ХАІ"

На правах рукопису

ПУСТОВІТ НАТАЛІЯ ВОЛОДИМИРІВНА

УДК [316.3:1+930.1]:004.9

ПРИРОДА АКСІОСФЕРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії

Дисертація на здобуття наукового ступеня
кандидата філософських наук

Науковий керівник:
Кузнецов Анатолій Юрійович,
доктор філософських наук, професор

Харків – 2015

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ АКСІОСФЕРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА	
1.1 Цінності інформаційного суспільства як об'єкт соціально-філософської рефлексії.....	10
1.2 Концептуальні моделі формування аксіосфери інформаційного суспільства.....	28
1.3 Методологічні засади дослідження аксіосфери інформаційного суспільства.....	51
Висновки до розділу 1.....	65
РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ВИМІР АКСІОСФЕРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА	
2.1. Етичні складові аксіосфери інформаційного суспільства.....	69
2.2. Наративна ідентичність як поліваріантний субстрат аксіосфери інформаційного суспільства.....	80
2.3. Медіа-тероризм як форма нігілістичного світовідношення в інформаційному суспільстві.....	95
Висновки до розділу 2.....	110
РОЗДІЛ 3. СОЦІАЛЬНІ СМИСЛИ АКСІОСФЕРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ	
3.1. Культурна ідентичність як медіатор гетерогенного аксіополя інформаційного суспільства.....	113
3.2. Функціонування релігійних, етнічних та національних цінностей в інформаційному суспільстві.....	131
3.3. Експлікація аксіосфери інформаційного суспільства у контексті віртуального простору.....	141
Висновки до розділу 3.....	156
ВИСНОВКИ.....	159
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	164

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний етап цивілізаційного розвитку людства характеризується суттєвими трансформаціями у різних сферах соціального буття. Особливо інтенсивними є ті перетворення, що пов'язані зі становленням і розвитком інформаційного суспільства. Серед його визначальних характеристик є стрімка комп'ютеризація та інформатизація суспільного виробництва, поширення новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, формування глобальних комунікаційних мереж. За таких умов життєдіяльність особи нерозривно пов'язана зі збільшенням кількості інформації та знань, а це, у свою чергу, змінює її світогляд і мислення, формує картину світу на нових ціннісно-раціональних засадах, призводить до творення нового образу людини. У зв'язку з цим, особливої актуальності набуває дослідження не лише "техносфери" інформаційного суспільства, а й ціннісних основ його функціонування.

Акцентування уваги на соціально-філософському аналізі аксіосфери інформаційного суспільства стимулюється, з одного боку, створенням широких можливостей доступу індивіда до джерел інформації, зростанням її культурної цінності, змінами у свідомості людини, що детерміновані технологічним прогресом, а з другого, – необхідністю комплексного теоретичного пізнання сутності феномена аксіосфери інформаційного суспільства, її структури й особливостей функціонування, виявлення основних тенденцій сучасних ціннісних трансформацій, а також виявлення їх позитивних і негативних соціальних наслідків.

Таким чином, актуальність теми дисертаційної роботи визначається як потребами соціальних практик, що зумовлюють необхідність усвідомлення важливості культурно-ціннісних чинників суспільних трансформацій, так і необхідністю формування теоретико-методологічної основи сучасних наукових досліджень системи регуляторів соціальної дії суб'єктів, однієї з яких постає аксіосфера інформаційного суспільства.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження виконане відповідно до планів НДР гуманітарного

факультету Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського "ХАІ" у проблемному полі розробки колективної теми кафедри філософії Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського "ХАІ" – "Філософські засади маргінальних соціокультур" (Протокол № 5 від 29.01.2011 року).

Об'єктом дисертаційного дослідження є інформаційне суспільство як соціокультурна реальність.

Предмет дослідження – походження та особливості функціонування аксіосфери інформаційного суспільства.

Метою дисертаційної роботи є соціально-філософський аналіз сутності аксіосфери інформаційного суспільства, її структури й особливостей функціонування.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких дослідницьких **завдань**:

- проаналізувати теоретико-методологічні засади дослідження аксіосфери інформаційного суспільства;
- дослідити етичні складові аксіосфери інформаційного суспільства;
- розкрити роль наративної ідентичності в конструюванні аксіосфери інформаційного суспільства та визначити прояви нігілістичного світовідношення;
- охарактеризувати функціональне значення культурної ідентичності в контексті аксіосфери інформаційного суспільства;
- з'ясувати специфіку функціонування аксіосфери інформаційного суспільства в умовах віртуального простору.

Методи дослідження. Реалізація мети та завдань дисертаційної роботи зумовила необхідність використання засадничих філософських та загальнонаукових принципів, методів, підходів, що дозволило забезпечити обґрунтованість результатів наукового пошуку.

Так, принцип історизму використовувався у дослідженні генези філософських поглядів на проблему цінностей загалом і системи цінностей

інформаційного суспільства зокрема. Керуючись принципами об'єктивності та конкретності, в дисертації аналізувалися основні тенденції ціннісних трансформацій в умовах інформатизації сучасного суспільства.

Завдяки методу аналізу визначено специфіку застосування різних концептуальних підходів у дослідженні системи цінностей інформаційного суспільства, а метод синтезу дозволив окреслити пріоритетність соціально-філософського аналізу, завдяки якому було здійснено узагальнення результатів інших підходів. За допомогою діалектичного методу аксіосфери інформаційного суспільства розглянуто як об'єктивне, закономірне та внутрішньо суперечливе соціокультурне явище. Застосування методу компаративного аналізу сприяло формуванню уявлень про характер цінностей, які передували інформаційному суспільству та виявленню особливостей ціннісних трансформацій сучасності.

Структурно-функціональний підхід використовувався для вивчення структурних елементів аксіосфери інформаційного суспільства та особливостей її функціонування. Аксіологічний підхід дозволив з'ясувати базові цінності інформаційного суспільства та їх роль в життєдіяльності людини. Системний підхід уможливив розгляд аксіосфери інформаційного суспільства як складноорганізованого системного утворення. Важливе місце серед методів дослідження займає контент-аналіз блогів та комунікативних мереж.

Наукова новизна дисертаційного дослідження полягає у здійсненні соціально-філософського аналізу аксіосфери інформаційного суспільства.

У дисертації сформульовано низку положень і висновків, які мають наукову новизну й виносяться на захист:

– *вперше обґрунтовано* тезу про те, що домінуючою тенденцією серед концептуальних підходів до розгляду процесів інформатизації суспільства є акцентування уваги на соціокультурних змінах, пов'язаних з ціннісними трансформаціями. На підставі існуючих теоретико-методологічних досліджень аксіосферу інформаційного суспільства визначено як складноорганізовану відкриту систему цінностей, інкорпорованих у соціальну реальність і в її

віртуальні моделі, основними передумовами формування якої є розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, інформатизація, віртуалізація й глобалізація комунікаційного простору;

– *аргументовано*, що етичні засади аксіосфери інформаційного суспільства означені постмодерністською інтелектуальною традицією, згідно якої етос сучасності репрезентований ідеями комунітаризму, що передбачає співіснування окремих, відносно автономних соціальних суб'єктів, готових до солідарної відповідальності; утилітаризму, основним принципом якого є оцінка явищ і процесів дійсності крізь призму їх корисності, можливості бути засобом для досягнення певної мети; етичного релятивізму, що заперечує існування абсолютних моральних регулятивів і стверджує відносність ціннісно-нормативних систем;

– *уточнено та доповнено* теоретичне осмислення сутності наративної ідентичності у вимірах інформаційного суспільства та запропоновано авторське бачення її ролі в конструюванні аксіосфери: по-перше, завдяки дискурсу як конституюючого елемента наративної ідентичності, конструювання аксіосфери інформаційного суспільства є координованим та узгодженим процесом; по-друге, наративна ідентичність трансформує життєвий досвід соціального суб'єкта у смислонаповнену історію, що визначає його ціннісне ставлення до світу; по-третє, вона характеризується гнучкістю до ціннісних інтерпретацій, які залежать від соціального, комунікативного контексту; констатовано, що деструктивним чинником функціонування аксіосфери інформаційного суспільства є медіа-тероризм як форма нігілістичного світовідношення;

– *узагальнено* концептуальне бачення функціонального значення культурної ідентичності в контексті глобалізаційних процесів; обґрунтовано, що інформатизація та віртуалізація глобального комунікаційного простору характеризується з одного боку перехресною взаємодією різних систем цінностей, національних, етнічних, релігійних та інших ідентичностей, а з другого – поширенням стилів і смислів глобальної культури, що актуалізує

медіативну функцію культурної ідентичності в умовах гетерогенності аксіополя інформаційного суспільства;

– *охарактеризовано* специфіку функціонування аксіосфери інформаційного суспільства, що інтегрована у віртуальний простір та комунікаційні мережі, в межах яких зберігається ціннісно-нормативний зв'язок із соціальною реальністю (інформаційно-комунікаційні технології детермінують поведінку людей, забезпечують їх адаптацію до соціальних умов шляхом визначення й засвоєння нових видів соціальної активності), а також формуються нові ціннісні орієнтири суб'єктів кіберкомунікації (детерміновані новітніми методами спілкування, отримання знань та впливу на свідомість).

Теоретичне значення дослідження полягає в тому, що отримані результати дають можливість поглибити наявні уявлення про аксіосферу інформаційного суспільства як складноорганізовану відкриту систему цінностей, інкорпорованих у соціальну реальність та в її віртуальні моделі, основними передумовами формування якої є розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, інформатизація, віртуалізація й глобалізація комунікаційного простору. Матеріали дисертаційної роботи можуть бути використані для подальшої наукової розробки проблем аксіосфери у сфері соціогуманітарних наук, а також сприяти збагаченню та конкретизації понятійно-категоріального апарату соціальної філософії та аксіології.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх використання при розробці й викладанні курсів з філософії, соціальної філософії, соціології, аксіології, антропології, психології, етики, а також при підготовці підручників і навчально-методичних посібників із зазначених дисциплін. Окремі положення дисертації можуть знайти застосування під час розробки спеціальних курсів для студентів гуманітарних вузів.

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійною науковою аналітичною роботою автора. Висновки та положення наукової новизни сформульовані дисертантом самостійно.

Апробація результатів дисертаційного дослідження. Основні ідеї та положення дисертаційної роботи були повідомлені й обговорені на засіданнях кафедри філософії Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського "ХАІ" та на таких науково-теоретичних та науково-практичних конференціях: Міжнародній науково-практичній конференції "Сучасні тенденції розвитку суспільних наук" (Київ; 2013); Міжнародній науково-практичній конференції "Суспільні науки: актуальні проблеми та шляхи вирішення" (Дніпропетровськ; 2013); Міжнародній науково-практичній конференції "Суспільні науки: проблеми та досягнення сучасних наукових досліджень" (Одеса; 2013); Міжнародній науковій конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ; 2013); Всеукраїнській науковій конференції молодих вчених "Актуальні проблеми природничих та гуманітарних наук у дослідженнях молодих вчених" (Черкаси; 2013); XIV Міжнародній науково-практичній конференції "Людина, культура, техніка в новому тисячолітті" (Харків; 2013); Міжнародній науково-практичній конференції "Людина, суспільство, політика: актуальні виклики сучасності" (Одеса; 2014); Міжнародній науково-практичній конференції "Пріоритети розвитку суспільних наук у XXI столітті" (Одеса; 2014).

Публікації. Основні результати й тези дисертаційного дослідження висвітлені у 13 наукових публікаціях, із яких 4 – надруковано у вітчизняних фахових виданнях з філософських наук, 1 публікація в міжнародному науковому періодичному виданні, яке включено до міжнародних наукометричних баз, 8 публікацій – у збірках тез та матеріалів конференцій.

Структура й обсяг роботи відповідає логіці та меті дослідження і відображає послідовність вирішення поставлених завдань. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку літератури. Загальний обсяг дисертації складає 179 сторінок. Список використаних джерел і літератури містить 187 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ АКСІОСФЕРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

1.1. Цінності інформаційного суспільства як об'єкт соціально-філософської рефлексії

Дослідження такого складного феномена сучасної цивілізації, як аксіосфера інформаційного суспільства доцільно розпочати з аналізу філософських поглядів на проблему цінностей, що й складатиме теоретичне підґрунтя даного дисертаційного дослідження.

Зазвичай проблема цінностей виникає в період знецінення тієї чи іншої культурної традиції та дискредитації ідеологічних засад суспільства. До сьогодні у науковій літературі не існує єдиного визначення поняття "цінність", тому дана проблематика є дискусійною і потребує аналізу уже існуючих найбільш суттєвих, на наш погляд, визначень. Так, наприклад, американський теоретик Н. Смелзер, у зміст поняття цінності вкладає "розділені в суспільстві переконання відносно цілей, до яких люди повинні прагнути та основних засобів їх досягнення (термінальні, інструментальні цінності)" [101, с. 660]. Інший американський мислитель Т. Парсонс визначає цінності як "загальноприйняті уявлення про бажаний тип соціальної системи" [2, с. 368]. На думку російського вченого М. Лапіна, "цінності – це узагальнені уявлення людей про цілі і норми своєї поведінки, втілюючи історичний досвід і концентровано виражаючи сенс культури окремого етносу і всього людства" [61, с. 5]. Зазначені визначення передбачають те, що цінності – ідеальні об'єкти, не існуючі поза фактами людської психіки: погляди, уявлення, переконання тощо. У цьому контексті справедливо зазначає вітчизняний філософ В. Лісовий: "Цінність – це термін, що позначає належне та бажане, на відміну від реального, дійсного" [65, с. 707].

Загалом у науковому дискурсі поняття "цінність" отримало два основних значення: соціально-психологічне та філософське. Перше значення (наукове) пов'язане з мотивацією, а саме, цінність постає як єдність двох форм мотивації – установки як стійкого очікування (передчуття) і орієнтації як стратегічної мотивації (схильності). Друге значення (філософське) пов'язане із орієнтацією на духовність: цінність – духовний фон життя людини, продукт глибокого і тривалого переживання людиною своєї реальності.

У розмаїтті дефініцій категорії "цінність" поширеними сьогодні є визначення, що характеризують здатність речей, явищ, процесів, ідей, ідеалів тощо, задовольняти потреби та інтереси суспільства, окремих його груп чи індивідів. Так, вітчизняний дослідник А. Ручка вказує на те, що в даному розумінні акцент робиться на цінності як специфічній формі прояву відносин між суб'єктом і об'єктом стосовно задоволення потреб та інтересів суб'єкта, виокремлюється сутність цінностей як специфічних утворень суспільної чи індивідуальної свідомості, що виступають у її структурі узагальненими уявленнями про прийнятні блага і можливі способи їх досягнення, ідеальними критеріями оцінки й орієнтації особистості у суспільстві [89].

Цінності, як правило, поділяють на матеріальні та духовні. Ця класифікація ґрунтується на традиційному поділі культури на матеріальну і духовну. Радянський дослідник В. Тугарінов вважає за необхідне виділити ще одну групу цінностей – соціально-політичні. До них він відносить громадський порядок, мир, безпеку, свободу, рівність, справедливість, людяність [111, с. 29]. Зазвичай у філософському дискурсі пріоритетність віддається аналізу духовних цінностей, що характеризують зовнішні потреби людей і на відміну від матеріальних цінностей не виражаються в кількісних показниках і не вимірюються ними. Ці цінності відображають прагнення людини до вдосконалення дійсності та самої себе, що дозволяє їй ще більше реалізуватися. У рамках духовних цінностей виділяються різні їх групи. Наприклад, до них належать політичні, моральні, правові, релігійні та інші.

Для кожного історичного періоду характерною є наявність певного специфічного набору та ієрархії цінностей, система яких виступає як авторитетний регулятор відносин у суспільстві. У цьому контексті слід зазначити, що ціннісні системи формуються і трансформуються протягом усього історичного розвитку людської спільноти, але їх значення не обмежується часовими рамками існування певних суспільних груп, які їх створили. Так, тривалим та дієвим залишається вплив гуманістичних та демократичних ідеалів європейського просвітництва, джерела яких беруть початок в античних та еліністичних культурах. Найбільш вагомі цінності різних епох сформували так звану систему загальнолюдських цінностей, яка є основним орієнтиром для розвитку сучасного українського суспільства. Таким чином, в межах кожного історичного типу суспільства формується відповідна йому аксіосфера, яка визначає специфіку соціуму, а також виконує роль підстави для соціальної дії, відіграє провідну роль в об'єднанні індивідів для спільних, колективних дій, є важливою у забезпеченні основи для єднання людей у нації, цивілізації чи навіть людство, оскільки це передбачає наявність деяких базових спільних цінностей.

Що стосується сучасного етапу цивілізаційного розвитку, який науковці позначають становленням інформаційного суспільства, то його аксіосфера, на нашу думку, пов'язана з такими феноменами як "техносфера" та "інфосфера". Під "техносферою" у науковому дискурсі прийнято розуміти просторово-часову систему соціально організованої технологічної форми матерії. Сформувавшись із технічних елементів, які призначені компенсувати та посилити трудові й інтелектуальні ресурси людини, техносфера поступово створила не лише штучне середовище, вона стала важливою системою суспільства, котра постійно взаємодіє з навколишнім світом. На думку вчених до структури інфосфери входять: інформація, знання, інформаційна інфраструктура, суб'єкти інформаційної діяльності, інформаційно-комунікаційні технології, ЗМІ тощо [10; 48; 71; 108; 112, 153].

Проблемою визначення аксіосфери активно займався російський філософ Л. Столович. Згідно вченого, аксіосфера охоплює як цінності в їх об'єктивному бутті, так й суб'єктивний світ ціннісних уявлень, оцінок та різноманітних проявів ціннісної свідомості. Аксіосфера покликана забезпечити єдність ціннісних уявлень, системно-структурний зв'язок між ними. Вона позначає світ цінностей, елементи якого перебувають у складному системно-діалектичному співвідношенні. Аксіосфера встановлює межу між ціннісним та неціннісним. При цьому, вона не прагне до повної автономізації цінностей, а дозволяє визначити характер взаємодії з іншими сферами буття та свідомості. Теоретик наголошує на тому, що цінність – це соціокультурна реальність, що виражає міру вільного розвитку особистості та суспільства, вона є символом самоствердження людини у світі, закликом до пробудження високих почуттів та гуманізму [103].

Цінності як базовий компонент аксіосфери, без якого неможливе її функціонування, постають об'єктом численних наукових досліджень і дискусій. Так, для гедоністів цінністю було задоволення, для прагматиків – пристосовуваність, ніцшеанців – розвиток індивідуальності та виховання у собі "надлюдини". Цінність як філософська категорія вказує на соціальне, культурне значення певних об'єктів та явищ, вона відсилає суб'єкта до наповненого смыслом і сенсом світу належного і бажаного. Цінністю можна вважати й стійку соціально-когнітивну схему, яку використовують для ієрархічного упорядкування різних об'єктів за принципом їх бажаності для суб'єкта [45]. Отже, цінності можна розглядати як результат втілення певного ідеалу.

Таким чином, цінності пов'язані із суб'єктом, без якого вони стають абстракцією. Цінності пов'язані з емоційними переживаннями людини, мають вплив на її поведінку та характер взаємодії у суспільстві. Дослідженням психологічного аспекту цінностей займалися М. Рокич [177], К. Клакхон [49], С. Шварц та В. Білські [179]. Згідно М. Рокича, цінність – це стійке переконання у тому, що обраний спосіб поведінки або кінцевий стан існування, виступає

індивідуально або соціально прийнятнішим, ніж інший. Ці переконання містять когнітивний, афективний та поведінковий компоненти. Вчений вказує на те, що загальна кількість цінностей як надбань індивіда порівняно невелика. Більшість людей володіє одними й тими ж цінностями, які організовані у певні системи. На думку К. Клакхона, цінності – це усвідомлене або неусвідомлене, характерне для індивіда або групи індивідів уявлення про бажане, яке й визначає вибір цілей (групових або індивідуальних) з урахуванням можливих засобів та способів діяти [49]. В. Білські та С. Шварц розглядають цінності в якості когнітивних репрезентацій деяких універсальних груп потреб, які керують вибором моделі поведінки та надають подіям значимості [179].

Багатогранність та поліваріантність ціннісного світу знайшли своє відображення у широкому спектрі філософських інтерпретацій. Найбільш розроблені концепції охоплюють кантіанський, неокантіанський (В. Віндельбанд, Г. Ріккерт), ірраціоналістичний (Н. Гартман), феноменологічний (Е. Гуссерль), релятивістський (В. Дільтей), соціологічний (Е. Дюркгейм, М. Вебер), ідеалістично-реалістичний (Г. Мюнстерберг), реалістичний (В. Штерн) та теологічний (Г. Марсель, Ж. Маритен, М. Лоський) підходи.

Загальновідомо, що генеза філософських уявлень про цінності починається з давньої традиції, однак вагомий внесок у розробку теорії цінностей зробив І. Кант, який розробляючи регулятивні принципи практичного розуму, створює специфічну галузь філософського знання – теорію цінностей, відповідно до якої вищі цінності буття мають не онтологічні, а регулятивні підстави до існування. У філософсько-категоріальному значенні цінність усвідомлюється І. Кантом по відношенню до моралі. Поряд з цим мислитель приходить до висновку про те, що цінності етичної сфери, до якої він апелює, не співпадають з чуттєвим пізнанням світу. І. Кант сформулював моральний закон, що ґрунтується на почутті обов'язку: "Чини згідно з такою максимою, керуючись якою водночас можемо побажати, щоб вона стала найбільш загальним законом" [46, с. 260]. Обов'язок для І. Канта був найважливішим

регулятором відносин між людьми. Він надавав йому екзистенціального значення та вважав, що людина живе завдяки почуттю обов'язку.

Проблема цінностей набула подальшого розгляду в працях неокантіанців В. Віндельбанда та Г. Ріккєрта, які історію розуміли як процес усвідомлення та втілення цінностей. Виділяли групу цінностей вищого рівня – істину, благо, красу та святість і представляли їх як принципи, що існують поза часом та історією і визначають загальний характер людської діяльності, відрізняючи останню від природних процесів. На їх переконання духовні цінності не існують у вигляді самостійних предметів, а пізнаються суб'єктом як принципи, що підлягають обов'язковому дотриманню. Таким чином, неокантіанці приділяли увагу трансцендентальності цінностей. На їх думку, цінності височіють над дійсністю та мають характер абсолютних норм, які регламентують життя людини, а не окрему його сферу. Питання їх походження залишається відкритим, вони існують як деякий закон розуму. Тобто цінності трактувалися як ідеали, орієнтири соціально-культурного розвитку суспільства.

У XIX-XX ст. аксіологічну проблематику розробляли представники феноменологічної, герменевтичної, екзистенціальної та комунікативної філософії, теорія цінностей піддавалася суб'єктивізації та трансценденталізації. Цінності тлумачили як потойбічні духовні феномени, вічні трансцендентальні сутності, суб'єктивні оцінки тощо. Але всі ці вчення так і не вирішили одвічну філософську дилему чи може людина у своїй життєдіяльності керуватися лише власним розумом, чи вона має визнати існування вищих від розуму цінностей, які потрібно сприймати як закон.

Так, оригінальні інтерпретації світу цінностей запропонували Н. Гартман [24], К. Поппер [85], М. Шелер [125], О. Лосєв [66], М. Лоський [67], Г. Мюнстерберг, В. Штерн [126.], Е. Дюркгейм [39], М. Вебер [18], Т. Парсонс [80] та ін. Зокрема, для Н. Гартмана світ цінностей існував в якості деякого ідеального утворення, його буття детермінують об'єктивно-ідеальні цінності, воно не залежить від реального буття та небуття. Він вважав, що цінності не мають сенсу без суб'єкта. Однак, вони не можуть бути зведені лише

до свідомості індивіда. Цінності втілюють у собі особливий світ, орієнтованість та рух до якого виводять категоріально сформований інтелегібельний світ на новий рівень розвитку. Однак, цей процес можливий лише із залученням зусиль людини, які проявляються у формі вольового акту. Оскільки цінність сама по собі є потенцією, для її реалізації необхідна внутрішня творча енергія суб'єкта. Ця умова ціннісного світу цілком зрозуміла, адже утвердження цінностей відбувається під час досягнення цілей, які ставить перед собою людина.

Особливий інтерес викликають погляди К. Поппера на цінності як деякий "третій світ" [84]. На думку ученого поряд з фізичним та ментальним світами є й світ ідей. Це світ теорій та їх логічних зв'язків, аргументів й обумовлених ними проблемних ситуацій. Для "третього світу" характерна інтелегібельність, тобто умосажність. Фізичний та ментальний світи взаємодіють між собою так само, як взаємодіють ментальний та ідеальний світи. Другий світ виступає посередником між першим та третім світами. Рішення, які приймає соціальний суб'єкт певною мірою залежать від фізичного та соціального світів, а моральне середовище поєднує у собі норми, цінності третього світу та їх інтерпретації другим світом. Моральний простір створює спільнота, до якої належить соціальний суб'єкт, а моральні норми, які вона постулює, впливають на моральний вибір людини.

За переконаннями М. Шелера, цінності, що виявляються у благах, не належать емпіричному світові. Їх можна розглядати не лише як властивості людей, яким вони належать, а як "чисті" феномени. Цінності виступають інтенціональним наповненням емоційних актів, яке не залежить від їх характеру та емпіричного змісту. Априорна структура цінностей не залежить від волі суб'єкта. Інтуїтивна очевидність акту переваги дозволяє встановити об'єктивні характеристики цінностей: чим вищі цінності, тим вони довговічніші, повніше задовольняють бажання та менше схильні до "екстенсивності", тобто поділу. Найменш довговічні цінності пов'язані із задоволенням матеріальних потреб. Вищу сходинку займають цінності прекрасного або пізнавальні цінності. Вони неподільні, споглядаючи красу або

пізнаючи істину, учасники процесу розділяють спільну радість. Найвищу сходи́нку ієрархії займають духовні цінності. Згідно М. Шелеру, основою усіх цінностей є "безкінечність духу", втіленням якого є любов [125].

Російський філософ О. Лосєв для осмислення ціннісного світу застосовував феноменологічно-діалектичний підхід. На думку мислителя цінності існують у деякій сфері сенсів, в якій вони виступають символічним відображенням людської культури та соціальних відносин, що склалися у певний час та у певному місці. Сенс позбавлений просторової локації, він існує як значущість речі, а не як річ. Для сенсу характерне різноманіття способів його буття та функціонування [66].

Інший російський вчений М. Лоський обґрунтовував онтологію цінностей з позиції релігії [67]. З одного боку, він вважає, що людські бажання та переживання не є джерелом цінностей, а лише їх проявом та наслідком. З іншого боку, за межами реальності існують не цінності, а Божественна або Абсолютна повнота буття. Вона ж є абсолютно граничною самоцінністю – істинною кінцевою метою діяльності будь-якої істоти. Їй М. Лоський відводить роль джерела цінностей. Реальною умовою входження та перебування цінностей як важливих складових світу є індивідуальне буття "субстанціональних начал", від електрона та атома до людини та суспільства у цілому. Їх життя у інтерпретації теоретика спрямоване на досягнення Абсолютної повноти буття у Царстві Божому. І, тільки у співвідношенні до Царства можлива поява та існування цінностей. Однак, у цьому Царстві можуть реалізуватися лише абсолютні цінності, котрі принципово недоступні сфері матеріального буття. У середовищі взаємодії відособлених та роз'єднаних "субстанціональних начал", так званого "земного царства", можливе існування лише похідних від цінностей. Ці цінності також виходять за межі діалектики суб'єкта та об'єкта, проте пов'язані з суб'єктом та його життям, а трансцендентним джерелом їх є Царство Духа або Світовий Дух.

Західний вчений Г. Мюнстерберг встановив закономірності будови всеохоплюючого ціннісного осмислення світу, виділивши логічні, естетичні,

етичні, метафізичні, життєві та культурні цінності. На думку мислителя, суб'єкт усвідомлює відповідні цінності під час переживання певної життєвої ситуації, у якій проявляється воля суб'єкта та його наміри і прагнення. Г. Мюнстерберг розрізняє цінності-переживання, які мають умовний характер та позаіндивідуальні цінності, які мають абсолютний характер. У контексті концепції вченого ціннісний світ постає абсолютизованим надіндивідуальним переживанням [129].

На думку французького соціолога Е. Дюркгейма, система соціальних дій, вірування та сфера цінностей детерміновані потребами й організацією соціальної структури, а не вибором або інтерпретацією світу соціальним агентом [39]. Концептуальний підхід Е. Дюркгейма відводить культурі вирішальну роль у підтриманні соціальної стабільності та формуванні моделей соціальної взаємодії. Теоретик вбачав у цінностях важливий фактор суспільної організації, яку він розглядав з позицій структурного функціоналізму. Суспільство постає як автономна сфера буття, воно розвивається за своїми законами, фактори несоціального характеру не можуть суттєво вплинути на суспільне життя.

Структуру суспільства Е. Дюркгейм розглядав як сукупність соціальних фактів, які взаємодіють між собою та дають початок новим соціальним явищам. У соціальній структурі теоретик виділяє дві групи фактів: по-перше, вона містить матеріальні та духовні цінності, по-друге, соціальні колективи. Е. Дюркгейм розглядав солідарність як вищий моральний принцип, вищу універсальну цінність. У своїй соціології він приділяв увагу трактуванню суспільства як моральної реальності. Соціальне питання поставало перед ним не стільки у економічно-політичному, скільки у морально-релігійному контексті. Під мораллю мислитель розумів практичну, дієву та реальну силу. Він відкидав усе те, що не має серйозних моральних підстав. Ефективність політичних трансформацій Е. Дюркгейм вбачав у зверненні до глибинних моральних цінностей та прагнень суспільства.

У трактуванні німецького мислителя М. Вебера цінність перетворюється на установку певної історичної епохи [18]. Таке розуміння цінностей реалістично пояснює світогляд людей, їх соціальну поведінку та діяльність. Теоретик переконаний у тому, що ціннісна сфера конституїрована інтересами людей. Відслідковуючи становлення та еволюцію таких культурних цінностей, як протестантська етика, продуктивне підприємництво, професіоналізм та релігійна аскеза, він обмежує їх хронологічними рамками, поза якими вказані цінності втрачають регулятивну та мотиваційну функції. У інтерпретації М. Вебера культурні цінності артикулюють множинність історично мінливих інтересів, таких же різних, як й людські ідеали. У світі цінностей важливу роль відіграють ціннісно-раціональна та цілераціональна соціальна дія. Остання активується культурними віруваннями, наприклад, заради спасіння душі. Цілераціональна дія повинна відповідати критеріям ефективності та доцільності. М. Вебер відзначає, що у суспільстві більш поширеною та прийнятною стала цілераціональна соціальна дія.

Американський вчений Т. Парсонс певною мірою синтезував ідеї Е. Дюркгейма та М. Вебера та артикулював ідею генералізації цінностей. На думку вченого, культура реалізується через складний конструкт соціалізованого суб'єкта, який інтерналізував цінності та норми і виконує свою соціальну роль в соціальній системі [80].

У 60-х рр. XX ст. аксіосфера поступово виокремлюється у самостійний об'єкт соціально-філософського дослідження з новими способами концептуалізації. На пострадянському просторі одним з перших розробників ціннісної проблематики був російський вчений В. Сагатовський [90]. Він стверджував, що аксіосфера – це сукупність цінностей, що є узагальненими, стійкими уявленнями про бажані блага та прийнятні способи їх отримання, в котрих сконцентрований попередній досвід суб'єкта та на підставі яких приймаються рішення щодо його подальшої поведінки. Тобто, система цінностей виступає фундаментальним підґрунтям життєдіяльності людини. Дослідник також запропонував власний варіант структури аксіосфери,

виходячи з розуміння ціннісноорієнтованої діяльності. Така діяльність може бути "екстрагенною" (якщо цінності продиктовані зовнішньою потребою) та "інтрагенною" (якщо цінності продиктовані внутрішньою потребою суб'єкта).

Інші російські вчені Г. Вижлецов та В. Ядов досліджували поняття ціннісної орієнтації для вивчення мотивації особистості. У структурі аксіосфери культури вони виділяли "цінності-норми", "цінності-ідеали", "цінності-цілі", "цінності-засоби" [21]. Запропонували один з найважливіших принципів існування аксіосфери культури, а саме: її структура завжди визначається соціокультурним простором та існує у певному історичному часі. Проте, навіть й у цьому випадку в одну й ту ж епоху можуть існувати різні ціннісні системи. Відомий радянський науковець М. Каган вважав, що для об'єктивного аналізу цінностей необхідно ввести поняття "ціннісної ситуації". Він робить висновок, що аксіосфера є не просто сукупністю тих чи інших цінностей, вона є системою конкретних форм ціннісного ставлення людини до світу, що склалася в історії культури [45].

Серед сучасних українських вчених, які займалися аксіологічною проблематикою варто згадати С. Кримського [55], І. Сухина [106], М. Підлісного, В. Шубіна [83], С. Чмихун [124.], І. Гордієнко-Митрофанову, А. Кузнецова [27; 56], Ф. Лазарева [60.], А. Свящука [94] та ін.

Видатний український філософ С. Кримський, в контексті дослідження ціннісної проблематики, запропонував ідею "духовного розуму", який на думку вченого покликаний полегшити діалог людини з навколишнім середовищем, сприяти віднайденню людиною сенсу свого життя. Мораль виконує важливу функцію, яка дозволяє людині пристосуватися та вижити у складному соціальному середовищі. Таким чином людина з необхідністю повинна сповідувати гуманістичні цінності, які увібрали у себе кращий історичний досвід людства. Такими фундаментальними духовними цінностями людства С. Кримський вважав віру, надію, любов [55].

Вітчизняна дослідниця І. Сухина у своїх працях приділяє увагу аксіологічній інтерпретації культури [106]. Найбільш адекватним трактуванням

гуманістичного світогляду, на її думку, є культуроцентристське розуміння людини та її буття. Авторка зазначає, що цінність є фундаментальним поняттям. Акцентоване світоглядне значення робить цінність ідейним центром філософських узагальнень, що дозволяє розкрити сутність та специфіку не лише життєдіяльності людини, а й культури в цілому. Проблемі взаємозв'язку об'єктивного і суб'єктивного начал в існуванні ціннісного світу присвячене монографічне дослідження українських вчених М. Підлісного та В. Шубіна. Так, у праці "Цінності та буття особистості" науковці досліджують питання одночасного існування об'єктивного і суб'єктивного у контексті існування абсолютних та відносних цінностей. Автори вказують на суб'єктно-об'єктивний характер цінностей, розглядаючи їх з точки зору буття речей для людини та усвідомленого нею власного існування [83].

Український вчений С. Чмихун у конструюванні аксіосфери суспільства особливу роль відводить соціальному знанню, яке збагачує та розширює аксіосферу, трансформуючись у ціннісне знання, охоплює дійсне, так і належне. Соціальне знання є втіленням критеріїв, за якими розрізняють істинні та уявні цінності, формують ціннісні характеристики соціальним явищам та процесам [124].

Цікавим є дослідження вітчизняного науковця І. Гордієнко-Митрофанової "Інваріанти аксіосфери маргінального", робиться спроба виявити аксіологічні інваріанти маргінального суб'єкта. Базовим принципом ціннісного осмислення дійсності з урахуванням діяльнісного підходу до вивчення культури дослідниця обирає опозицію "традиції-інновації", що дозволяє їй інтерпретувати маргінальність як поняття, що відображає діалектику розвитку культури – заперечення однієї (традиційної) та утвердження іншої (нової) аксіологічних систем і форм їх подання у соціокультурній реальності. Використовуючи методологічні принципи "поетапної" соціальної інженерії, авторка аналізує аксіосферу маргінального через систему суб'єктно-об'єктних відносин на основі ілюстративного матеріалу пенітенціарних установ [27]. Маргінальність, на думку дослідниці, не означає тотальну відсутність цінностей. Аксіологічна

дивергенція розвивається в умовах ігнорування ідеологічної та дискурсивної конотацій. При цьому, незважаючи на те, що ціннісні орієнтації суспільства змінюються, аксіологічні системи не виникають хаотично, вони підкоряються певним закономірностям соціокультурного розвитку. Таким чином, культура корелює аксіологічні установки, репрезентуючи не лише орієнтовану на творчість свідому активність людини, а й світ її цінностей.

Потрібно зазначити, що розглянуті вище концептуальні підходи здебільшого опосередковано торкалися проблематики аксіологічних основ інформаційного суспільства. Разом з тим, в сучасному науковому дискурсі існують дослідження, в яких увага приділена безпосередньо вивченню проблем аксіосфери інформаційного суспільства.

Так, російський дослідник С. Цветков аналізує аксіосферу мережевого суспільства, яке, на його погляд, є формою організації інформаційного суспільства. Автор обмежується соціально-філософським аналізом корпоративних цінностей, які виступають духовним критерієм мережевого суспільства. Однак відкритим залишається питання про природу цінностей у парадигмі інформаційного суспільства [122]. Досить цікавим для нашої роботи є дослідження К. Южанінової, яка свою дослідницьку увагу спрямувала на аксіосфери Інтернету та характеристики її морфології. Під аксіосферою Інтернету авторка розуміє ієрархізовану, багатовимірну, відносно стійку сукупність цінностей, які історично склалися в Інтернеті й виступають узагальненими уявленнями про найбільш значущі процеси, явища у мережевому просторі та сприймаються користувачами як благо. На думку вченої, така інтерпретація аксіосфери Інтернету дозволяє говорити про систему цінностей, як про фундаментальні засади поведінки суб'єкта у віртуальному просторі.

Інша вчена А. Арсланова на основі наявних досліджень ціннісної проблематики інформаційного суспільства робить спробу проаналізувати особливості формування та розвитку спільнот у мережі Інтернет. Так, віртуальні спільноти, на її погляд, є відображенням особливостей сучасних

комунікаційних практик, для яких характерна свобода об'єднань та руйнування традиційної ієрархії цінностей [6]. Дослідниця вважає, що Інтернет-спільноти дозволяють суб'єкту долучитися до них у будь-який зручний для нього час, більше того, вони здатні компенсувати потребу людини у комунікації, структурації та самоідентифікації. А. Арсланова відзначає, що Інтернет-спільноти постійно зазнають трансформацій, котрі детерміновані творчими та лідерськими якостями індивідів. Крім того, технологічний розвиток та зростання кількості Інтернет-користувачів визначили специфіку сучасних мережових спільнот, які все частіше стають необхідними для розв'язання політичних й економічних завдань.

У цьому контексті актуалізується проблема переходу людини на новий рівень свого розвитку – інформаційний, а у сучасному науковому дискурсі виникає певне коло питань, пов'язаних з поняттям "людини інформаційної". Наприклад, російський вчений Д. Ільченко у своєму дисертаційному дослідженні досліджує специфіку впливу інформаційно-комунікаційних революцій на становлення та розвиток конкретних типів "людини інформаційної" [43]. Автор пропонує розширити зміст поняття "людина інформаційна" та вказує на два аспекти: по-перше, людина розглядається як відносно автономна інформаційна система; по-друге, людина розглядається у цілісній системі комунікаційних зв'язків конкретного соціуму. Дослідник пропонує власну дефініцію поняття "людина інформаційна" як сукупності інформаційно-комунікативних якостей, можливостей та здібностей індивіда, що постають необхідними умовами його ефективної життєдіяльності в сучасному світі.

Дослідженню аксіологічних засад процесів інформатизації присвячене дисертаційне дослідження іншого російського вченого А. Жубинського, котрий робить спробу визначити й охарактеризувати найбільш суттєві аспекти процесів інформатизації сучасного суспільства з позицій ціннісного виміру [40]. Він відзначає, що сучасні соціокультурні трансформації зумовили радикальну переоцінку традиційних ціннісно-нормативних систем. У свою

чергу, зміна цінностей впливає й на зміну соціальної системи, тому що саме вони лежать в основі будь-якої культури. А. Жубинський вказує на те, що у інформаційному суспільстві інформація характеризується як одна з основних цінностей, але вона не повинна мати статус безумовної цінності, її варто розуміти як інструмент та ресурс, використання якого може мати позитивні та негативні наслідки. На думку вченого, соціальні функції інформації мають ціннісне наповнення – цінностями пронизані комунікаційні, регулятивні та управлінські процеси, науково-пізнавальна діяльність, процеси соціалізації та виховання тощо. Ціннісні виміри інформації характеризують суб'єктивну сторону соціальних процесів, пов'язаних з інформатизацією суспільства. Однак, інформація у суспільстві виконує ще й функцію трансляції та створення культурних цінностей. Саме тому процеси інформатизації та аксіологічні трансформації стосуються кожного індивіда, соціальної групи чи суспільства в цілому.

Актуальними на сьогодні проблемами, що також стосуються аксіосфери інформаційного суспільства є, на наш погляд, є феномен віртуальної реальності та явище інформаційного насилля. Так, Д. Клинкова у своїй праці "Дискурсивний простір інформаційного суспільства та соціальна легітимація" розглядає особливості соціальної комунікації як зафіксованого у знаково-символічній формі процесу обміну інформацією між комунікантами [50.]. На думку авторки, в умовах сучасного, інформаційного суспільства соціальна комунікація набуває характеру багатовимірних дискурсивних практик, які найчастіше відбуваються у мережевому, символічному та ігровому контенті. Дослідниця відзначає, що лінгво-семіотичний апарат соціальної комунікації володіє владним потенціалом та особливим чином представлений у процесі легітимації суспільних явищ в умовах інформаційного суспільства. Мовні ігри виступають головним силовим полем цього процесу. Для Д. Клинкової сучасний "мережевий" дискурс як специфічна форма комунікації за свою основу має он-лайн платформу мас-медійних засобів інформації та Інтернет. Інтернет-дискурс характеризується необмеженою кількістю учасників,

самозародженістю тематики дискусій та варіативністю аргументацій. Мережевий дискурсивний простір інтенціональний, більше того він здатний формувати платформу для публічної легітимації.

Праці українських дослідників, в яких розглядаються ті чи інші аспекти аксіосфери інформаційного суспільства, у переважній більшості характеризуються фрагментарним аналізом досліджуваної проблеми. Хоча деякі з них, в контексті нашої наукової проблематики, заслуговують на увагу. Зокрема, це праці вітчизняного вченого В. Даніл'яна, в яких автор досліджує сутність, особливості формування та структурні засади інформаційного суспільства, показує перспективи його розвитку в Україні [29; 30; 31; 32; 33]. Вчений розглядає існуючі теоретичні концепції інформаційного розвитку та здійснює компаративний аналіз практичних моделей переходу до інформаційного суспільства у розвинених країнах. Автором визначено структурні засади інформаційного суспільства, проаналізовано особливості його політико-правової, економічної та соціокультурної сфер; охарактеризовано основні етапи розвитку інформаційного суспільства в сучасній Україні, розглянуто позитивні та негативні чинники його становлення; обґрунтовано пріоритетні напрямки оптимізації інформаційного розвитку України.

Під інформаційним суспільством В. Даніл'ян розуміє сучасний стан цивілізаційного розвитку, сутність якого полягає у збільшенні масштабів створення, накопичення, передачі, обробки і використання інформації, а також у збільшенні впливу інформаційно-комунікаційних технологій на всі сфери суспільного буття. Нашу увагу привернули соціокультурні основи інформаційного суспільства, для яких, на думку вченого, характерна інтелектуалізація діяльності людини, зростання її творчого потенціалу; зростання класу "інтелектуалів"; перенесення соціальних суперечностей у сферу інформаційного виробництва; розвиток соціального капіталу; взаємопроникнення культур в умовах глобалізації.

Концептуально значущим для нашої роботи є дослідження інформаційного суспільства вітчизняним вченим В. Скалацьким. У своїх роботах автор здійснює соціально-філософський аналіз теоретико-методологічних засад розвитку інформаційного суспільства, основних систем індикаторів та критеріїв його визначення, в якості яких вчений виокремлює технологічний, економічний, пов'язаний зі сферою зайнятості, просторовий і культурологічний [97, с. 4]. Тобто інформатизація уможливорює забезпечення інформаційних потреб та інформаційної підтримки соціально-економічної, науково-технічної, духовно-культурної та інших видів діяльності у сферах загальнодержавного значення, зокрема вдосконалення і подальшого розвитку телекомунікаційної інфраструктури та системи зв'язку, мережі національних інформаційних ресурсів, створення конкурентноспроможних інформаційних технологій. В. Скалацький обґрунтовує думку про те, що поряд з загальними рисами становлення інформаційного суспільства на світовому рівні, національні та регіональні особливості країн впливають на специфіку його побудови і розвитку. При цьому автор зосереджується на дослідженні двох основних моделей становлення інформаційного суспільства "західної" і "азійської" [98]. Вагомим доробком вченого є аналіз перспектив, передумов і умов становлення інформаційного суспільства в Україні [96].

Проблемі інформатизації суспільства та особливостям розвитку особистості в умовах трансформації цінностей присвячені дослідження іншого українського вченого Ф. Власенка. Так., в одній із своїх робіт автором обґрунтовується думка про те, що культурно-історичний тип суспільства обумовлює специфіку соціалізації індивіда. На сучасному етапі цивілізаційного розвитку цінності інформаційного суспільства визначають особливості розвитку особистості, які проявляються в неефективності традиційних інститутів соціалізації та залежності успішної інтеграції індивіда в систему суспільних відносин від вміння конструктивно використовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології. Як наслідок, успішність особистості

залежить від розвитку таких її рис та якостей, як професіоналізм, креативність, творча активність, духовність, відповідальність тощо [20].

Важливі ідеї для нашого дослідження представлені у праці вітчизняної вченої Х. Богери "Аксіологічний вимір людського буття в українській філософській традиції" [12]. Авторка відзначає, що з розвитком українського суспільства, ускладненням його структури і постановкою нових цілей відбувається формування та розвиток відповідної системи цінностей, яка має історичну зумовленість. Так, у певні історичні епохи українського народу виділялися відповідні ідеали: мудрість, святість, особистісне самопізнання та ідеал "сміхового антисвіту" (Княжа доба); спільне благо, гідність та самоцінність людини, її щастя, свобода (Нові часи) та національна ідея (епоха Романтизму). На думку Х. Богери, найвищою цінністю соціуму є національна ідея, яка відображає реальний стан нації і суспільства, його прагнення та ідеали, що орієнтують на національне самоусвідомлення й самоствердження і консолідують суспільство навколо єдиної мети – власної держави.

Інша українська дослідниця Т. Сулятицька аналізує концептуалізацію міжкультурної взаємодії в інформаційному суспільстві [104]. На її думку, вирішальним чинником у формуванні міжкультурної комунікації сьогодні є вивчення ціннісного аспекту. Ціннісні орієнтації розглядаються як знаки культурних розбіжностей, їх вивчення має на даний час важливе значення, оскільки від них залежить можливість плідного міжкультурного спілкування. Цінності – це важливі компоненти людської культури на рівні норм та ідеалів, а їх існування ґрунтується на активності суб'єкта культурної творчості, його діалозі з іншими людьми. Тому аксіологічний аспект міжкультурної взаємодії можна тлумачити як діалог з цінностями інших людей, інших культур, взаємозбагачення та урізноманітнення соціокультурного життя шляхом редукції уніфікованого дискурсу монокультури і створення умов для рівноправного співіснування різних культур, стилів життя та мислення. Авторка відзначає, що рівень розвитку міжкультурної взаємодії залежить від активності суб'єктів культурної творчості та їх діалогу з іншими. Одну із

вагомих ролей у таких процесах відіграє вільний вибір нових цінностей сучасного життя. Мережа ж, як складова сучасного простору, має формувати у представників різних культур такі цінності як толерантність, повага, свобода, наявність яких є обов'язковою умовою здійснення міжкультурної взаємодії.

Важливе теоретичне та практичне значення для філософського аналізу аксіосфери інформаційного суспільства мають розробки й інших українських учених, зокрема це праці: Е. Ангеліні [3.], В. Аксьонової [1], Н. Середюк [95], Н. Луценко [68.], М. Дзюбенко [36], Л. Бондар [16.] та ін

Таким чином, проаналізувавши вищевказані концептуальні підходи та трактування аксіосфери інформаційного суспільства, можемо констатувати, що на сьогодні у науковому дискурсі немає усталеного погляду на сутність аксіосфери інформаційного суспільства. Більше того, навіть вдалі дослідження не забезпечують комплексного аналізу означеного феномена, що призводить до творення фрагментарного його розуміння. Комплексне ж дослідження передбачає окреслення основних концептуальних моделей формування аксіосфери інформаційного суспільства.

1.2. Концептуальні моделі формування аксіосфери інформаційного суспільства

Сучасний соціально-філософський дискурс представлений широким полем концептуальних моделей сучасного суспільства. Однією із найпоширеніших сьогодні є теорія постіндустріального суспільства. Як відомо одним із її авторів є американський мислитель Д. Белл, котрий вважав, що базисом історичних трансформацій цивілізації є принцип зміни продуктивних сил, поступовий перехід від аграрного виробництва до промисловості, а потім – до сфери послуг. У теорії соціолога, на наш погляд, добре експліковано процес виходу аксіосфери за межі релігійної парадигми, від обмеження та самопожертви до благодіяння та щастя, від протестантської етики до гедонізму.

Це дозволяє краще зрозуміти концептуальні засади формування аксіосфери інформаційного суспільства.

У відомій праці "Прихід постіндустріального суспільства" вчений викладає основні положення своєї теорії. Теоретична модель суспільства дослідником представлена трьома сферами: соціальна структура (техно-економічна сфера), політична система й культура. Ці сфери детермінуються такими принципами: економіка – ефективністю, політика – рівністю, а культура – самоорганізацією соціальних суб'єктів. У постіндустріальному суспільстві втрачається пріоритетність матеріального над духовним виробництвом, характерним є розвиток сфери послуг, перевага зайнятості у сфері розумової праці тощо [9].

Таким чином, розвиваючи свою думку, Д. Белл відмовляється від марксистського підходу, який сфокусований на системі соціальної стратифікації та експлуатації людини на основі приватної власності на засоби виробництва. На думку вченого постіндустріальне суспільство виникає внаслідок трансформаційних процесів у всіх сферах, зокрема в його соціальній структурі. Більше того, ці сфери є автономними: зміни в одній не завжди обумовлюють зміни в іншій. Вони подані як замкнуті системи, функціонування яких не залежить одна від одної. Соціальна структура охоплює технологію, економіку та систему зайнятості. Головний принцип соціальної структури – це функціональна раціональність, яка передбачає обмеження витрат та оптимізацію виробництва, тобто ефективність та продуктивність. На відміну від доіндустріального та індустріального, у постіндустріальному суспільстві домінує економіка послуг та професійна зайнятість. Центральними поняттями виступають відносини між людьми та інтелектуальна технологія, основою якої є інформація та інформаційно-комунікаційні технології, які виникають поряд з традиційною машинною технологією.

Д. Белл постіндустріальне суспільство визначає як: "Суспільство, в економіці якого пріоритет перейшов від переважного виробництва товарів до виробництва послуг, проведення досліджень, організації системи освіти і

підвищення якості життя, у якому клас технічних фахівців став основною професійною групою і, що найважливіше, в якому впровадження нововведень ... все більшою мірою стало залежати від досягнень теоретичного знання" [9, с. 22]. На нашу думку, комунікація, інформація та інформаційно-комунікаційні технології конструюють нову реальність постіндустріального суспільства, суттєво впливаючи на ціннісні орієнтири людини у новому інформаційному просторі. Адже закономірно, що становлення нового типу суспільства супроводжується й змінами основних ціннісних орієнтацій та нормоутворень, що від людини вимагає вміння не лише пристосовуватися до мінливих обставин, але й набувати нових якостей, знань, розвивати ті здібності, які б допомагали встановлювати конструктивні відносини з природним довкіллям і соціальним світом.

Новий характер взаємодії з навколишнім світом потребує зміни мотивів праці й вчинків, утвердження нових ціннісних орієнтацій, адже навіть у традиційних суспільствах процеси розвитку та зміни поколінь зумовлювали протидію конкуруючих нормативно-ціннісних систем. А тим паче, роль і місце людини у складній багатогранній системі соціально-економічних відносин постіндустріальної цивілізації неможна визначити однозначно. Оскільки за своєю природою людина володіє множиною атрибутивних якостей і властивостей, виконує різноманітні соціальні й економічні ролі, й відповідно до цього, займає різне положення в структурі суспільного виробництва та має різний соціальний статус. Тому, цілком логічним є висновок про трансформацію ціннісної системи сучасного суспільства.

Для розуміння генезису цінностей у постіндустріальний період доцільно спершу розглянути виміри постіндустріального суспільства та цінності, які вони, на наш погляд, детермінують. Зокрема, розвиток економіки послуг зумовлений тим, що фінансове зростання, обумовлене раніше індустріальною фазою розвитку людства, "впливає на майбутні прибутки та фінансові можливості, поступово виникають й так звані "потреби у розкоші", тобто послугах готелів, ресторанів та розвагах" [133, с. 128]. Послуги стають цінними, вони набувають

соціального значення, тобто мають не лише локальне застосування (в економіці), а й глобальне (суспільно-корисне). Окрім того, провівши кількісний аналіз інформаційних секторів, вчений робить висновок про те, що інформація є стратегічним ресурсом постіндустріального суспільства.

У зв'язку з появою економіки послуг, пріоритетним статусом інформації, у суспільстві формується нове уявлення про сутність праці. Якщо в індустріальному суспільстві на ринку праці домінували робітники заводів, фабрик, комбінатів, то в постіндустріальному – "білі комірці". Таким чином, в індустріальному суспільстві цінною була фізична праця, в постіндустріальному – розумова.

Другим виміром постіндустріального суспільства є професійна та технічна зайнятість, основою якої виступають вчені та інженери. Завдяки системі освіти та перекваліфікації вони здобувають знання та навички необхідні для того, щоб забезпечити функціонування постіндустріального суспільства. Ці процеси тісно пов'язані зі зростанням обсягів інформації та прискоренням руху інформаційних потоків. Ключовим фактором під час роботи з інформацією є планування.

За таких умов аксіосфера постіндустріального суспільства відображає процес переорієнтації професійної діяльності на людину, а суспільства – на турботу про майбутнє покоління. У зв'язку з цим, ціннісними настановами постіндустріального суспільства виступають наступні: підтримання порядку у всіх сферах життя, продуманість дій, дотримання відповідних правил поведінки. Таким чином, упорядкування суспільного призводить до упорядкування індивідуального, структурованості картини світу. Проте, планування зовсім не означає, що суспільний розвиток підпорядкований лінійним законам. Він циклічний, вимагає від людини швидкої адаптації до змін та нелінійного мислення.

Третій вимір постіндустріального суспільства обумовлений зростанням ролі інформації та знань. Центральний елемент теорії Д. Белла – теоретичні знання, які проливають світло на різноманітні сфери досвіду, на відміну від

емпіризму мислителів індустріалізму. Д. Белл пропонує робочу дефініцію поняття "знання" – "знання є інтелектуальною власністю, що має відношення до індивіда чи соціальної групи, посвідчена авторським правом або іншою формою суспільного визнання (наприклад, публікація)" [133, с. 119]. Цінність теоретичних знань в постіндустріальному суспільстві, згідно Д. Беллу, обумовлюється двома причинами.

Перша причина полягає у тому, що теоретичні знання розглядаються як феномен, який об'єднує науку та технологію з метою покращення якості наукових досліджень та впровадження інновацій. Друга причина – сфера знань надає велику кількість робочих місць та становить вагомую частку у валовому національному продукті. У контексті третього виміру постіндустріального суспільства інформація та знання постають базовими цінностями розвитку суспільства. Саме тому, актуальним є вислів: "Хто володіє інформацією, той володіє світом". Четвертий вимір тісно пов'язаний з теоретичними знаннями, оскільки на їх підставі здійснюють технологічне прогнозування. Під цим слід розуміти оцінювання та планування технологічної експансії з метою попередження та усунення небажаних наслідків за допомогою альтернативних технологій. Цей процес повинен бути контрольованим уповноваженими на те інституціями. Четвертий вимір дозволяє раціоналізувати використання технології з мінімальними затратами ресурсів та максимальною користю. В умовах постіндустріального суспільства цей фактор стає визначальним. П'ятий вимір – це інтелектуальна технологія, в основі якої лежать інформація й знання, інтегровані з комп'ютерами та комунікаційними системами, що застосовують під час прийняття управлінських рішень. Д. Белл стверджує, що комп'ютери це своєрідний ключ до розв'язання складних проблем, оскільки вони дозволяють враховувати різноманітні змінні та визначати їх комбінації.

Таким чином, у концепції Д. Белла архітектоніка постіндустріального суспільства подана крізь призму п'яти вищеперерахованих вимірів соціальної реальності. Теоретик зазначає, що "постіндустріальне суспільство – це перехід від суспільства, яке виробляє товари до інформаційного або ж суспільства

знань; щодо форми знань – від емпіризму до теорії та кодифікації теоретичних знань з метою координувати інновації та проводити політику" [133, с. 304].

Попри критичні зауваження до теорії постіндустріалізму Д. Белла, варто відзначити, що концепція соціолога пронизана гуманістичними мотивами, й людина у ній не є гвинтиком механізму, важливими є її потреби, переживання та сподівання. Проблеми, пов'язані зі станом навколишнього середовища, досягненнями у сфері науки та техніки, піклуванням про людей, які потребують допомоги, набувають все більшого значення у порівнянні з питаннями економічного прибутку та конкуренції. Це свідчить про перехід від суто економічного етосу (максимальне задоволення власного інтересу) до "суспільного" способу життя (спроби свідомо оцінити потреби суспільства на підставі чітко сформульованого "суспільного інтересу"). Згідно Д. Беллу, постіндустріальне суспільство не лише людино-орієнтоване, воно націлене на консолідацію людей з метою працювати на благо всього людства, розв'язання не лише індивідуальних проблем, а й суспільних. Окрім вимірів постіндустріального суспільства, які, на наш погляд, детермінують й відповідні цінності цього соціуму, для розуміння природи трансформацій системи цінностей варто розглянути культурні передумови.

Система цінностей постіндустріального суспільства зазнала впливу буржуазного порядку та інтелектуальної традиції модернізму. Трансформації соціальної структури та культури призвели до дезорієнтації соціуму, відмови від попередніх етичних доктрин та пошуку нових. Одним із ключових факторів трансформаційних процесів була науково-технічна революція. Вона дозволила подолати ізольованість та дала змогу на початковому етапі інтегрувати людей в єдиний культурний та соціальний простір.

На думку Д. Белла, культурні трансформації постіндустріального суспільства виступали певним "внеском", особливо по відношенню до масового споживання або розповсюдження предметів розкоші серед представників середнього та нижчого соціальних класів. Предмети розкоші поступово перетворилися на необхідність. Масове споживання, що розпочалося на

початку 20-х рр. XX ст., стало можливим завдяки технічній революції, перш за все, застосуванню електричної енергії у повсякденному житті, масовому виробництву, маркетингу та кредитуванню.

Такі умови сприяли прийняттю ідеї соціальних змін, а цінності постіндустріального суспільства популяризували ідею прогресу, яка все глибше проникала в соціальні структури та виступала в якості орієнтиру суспільного розвитку. Так, масове виробництво автомобілів стало не просто символом масового споживання, а символом відкритого суспільства, у якому людина, переосмисливши своє ставлення до інших людей та світу, почала виробляти нові цінності.

Ще одним важливим чинником трансформацій був кінематограф. Фільми мали неабиякий емоційний вплив, виступали своєрідним "вікном у світ", моделлю соціальної реальності з її фантазійними інтенціями. Вони пропагували культ молодості, що зробило свій відбиток на манерах поведінки та філософії життя постіндустріального суспільства. У повітрі витала ідея свободи. Така революція у суспільній свідомості поклала початок трансформації ціннісних уявлень людей.

Крім автомобілів, кінематографа та радіо Д. Белл, вказує й на феномен реклами як соціальної інновації. Вона реструктурувала центр постіндустріального мегаполіса та популяризувала "палаючий бренд". Це був зразок нового стилю життя, передвісник нових цінностей. У рекламі, як й у моді, трендом стала гламурність та вишуканість. Оскільки економіка споживання втілена в предметах, явищах та процесах, то людина, зазвичай, схильна демонструвати матеріалізовані результати своєї діяльності. Вертикальна соціальна мобільність перестала бути метою, у постіндустріальному суспільстві вона перетворилося на засіб адаптації до нових умов життя, пронизаного абсолютним гедонізмом.

Система цінностей постіндустріального суспільства виробляється не у процесі безпосередньої інтеракції людей, переживання різних життєвих ситуацій, а на екрані та в журналах. Як зазначає Д. Белл, реклама почала грати

більш витончені партії, ніж просто стимулювання потреб. Вона переслідувала мету опосередковано навчити людей як одягатися, які місця відвідувати, як вести господарство, раціонально розпоряджатися коштами, тобто навчити стилю життя, який відповідає новим соціальним стандартам. З появою масового виробництва та активного споживання трансформацій зазнавав життєвий стиль середнього класу, у якому почав домінувати гедонізм. Зростання великих міст, нові соціальні ролі жінок, популяризація національної культури через телебачення та радіо призвели до втрати значимості попередньої системи цінностей. Нова система цінностей пропагувала необхідність у підвищених стандартах життя, прагненні до різноманітності, заперечувала моральні та фізичні обмеження, працю як самоціль.

Таким чином, виходячи з положень теорії постіндустріального суспільства Д. Белла, ми можемо зробити висновок про те, що ціннісні настанови, які виробилися у релігійному середовищі індустріального суспільства, зазнали значного впливу науково-технічної революції та технократизації суспільного життя. Це призвело до того, що в аксіосфері постіндустріального суспільства почали переважати індивідуалістичні тенденції, інтелектуалізація суспільного життя та трансформація життєвого стилю. Прийняття ідеї соціальних та особистісних трансформацій сприяло інноваційному руху виробництва та культури в цілому. Базисом суспільних перетворень стали ідея прогресу, особистісної свободи, креативності та творчості.

Інша концептуальна модель інформаційного суспільства і його аксіологічних засад представлена науковим доробком відомого західного теоретика М. Кастельса. У своїй праці "Інформаційна епоха: економіка, суспільство, культура" описує характер сучасної цивілізації та роль інформації в розвитку сучасного світу [48]. Мислитель стверджує, що людство входить в "інформаційну епоху", центральним елементом якої є мережі, що поєднують між собою людей, соціальні інститути та держави. Таким чином, дана концепція інформаційного суспільства є відходом від традиційного для постіндустріальної парадигми методологічного принципу технологічного

детермінізму. За М. Кастельсом, технологія є лише ресурсом розвитку суспільства. Суспільство ж вільне в обранні варіантів вирішення шляхів своєї еволюції. На думку вченого, доступ до новітніх технологій не є технологічно детермінований, бо тоді альтернативою суспільству мереж стала б модель зосередження комп'ютерних технологій у руках транснаціональних корпорацій і держави. Таким чином, соціальні зміни лише частково залежать від технологій. Поряд із технологіями, важливим фактором є влада й культура.

Згідно М. Кастельсу індустріальне суспільство, що постало в результаті промислової революції й технічного прогресу, базувалося на механістичній ідеї праці, ретельно визначеної у часі й просторі. Така модель праці була жорстко вертикально ієрархізована й практично виключала соціальну, просторову й професійну мобільність. В індустріальному суспільстві кожній людині раз і назавжди була завчасно визначена певна соціальна роль згідно її кваліфікації.

Натомість у перехідний період посткапіталізму, завдяки революції у сфері інформації й засобів масової комунікації знання стали не просто основним ресурсом сучасного виробництва, але й постійно спричиняють інновації. Тому на відміну від концепції тейлоризму, яка чітко поділяла сфери виробництва і розбивала працю на окремі операції, концепція інформаційного капіталізму М. Кастельса стверджує, що в умовах глобального обміну інформацією й знаннями найбільш адекватною моделлю світу є модель мережного суспільства.

М. Кастельс чітко відмежовує власну концепцію сучасного суспільства від теорій інформаційного суспільства. На його думку, інформаційне суспільство характерне для всіх етапів людської цивілізації, але тільки наприкінці ХХ ст. сформувався новий цивілізаційний тип – "Інформаціоналізм пов'язаний з експансією і оновленням капіталізму" [48, с. 41]. Якщо Д. Белл підкреслює, що інформація є найважливішим ресурсом, М. Кастельс уточнює, що інформація лише сировина, а основними засобами виробництва є знання й комунікація. Як вважає теоретик, сучасні розвинені суспільства пронизані мережами суспільних відносин, які замінили традиційну дихотомію ринок – ієрархія. На підтвердження цьому Ю. Габермас робить прогноз, що "творча сила

комунікативності" – переважить "наси́льство" двох інших ресурсів урядування – грошей і адміністративної влади" [22, с. 30].

Сьогодні можна казати про глобальну цивілізацію, яка, на відміну від світових цивілізацій як сукупності різних культурних форм є інтегрованою системою загальнолюдської культури. Провідна роль у цьому процесі належить засобам масової комунікації, оскільки продукти мас–медіа є інтегративними за своєю природою. У цьому контексті М. Кастельс підтримує погляди М. Маклюєна, котрий вбачав експансію телебачення в соціальну реальність загрозою друкованій культурі, фактором пригнічення попередніх культурних форм, проте М. Кастельс виходить за ці межі й аналізує глобальніші наслідки впровадження інформаційно-комунікаційних технологій. Він говорить про те, що соціальна роль мереж полягає не в їх змісті, а у факті доступу до них, який є найважливішим для культури, оскільки це робить можливим інтерактивне спілкування з будь-ким та будь-де. М. Кастельс також вказує на зростання ролі "домашнього" способу життя, орієнтованого на розваги та дозво́лля. Незважаючи на це, у технічній сфері простежуються й позитивні тенденції, зокрема Інтернет має технологічно та культурно обумовлені властивості інтерактивності й індивідуалізації, що сприяє конструюванню віртуальних співтовариств.

У теорії М. Кастельса динаміка розвитку сучасного світу подана крізь призму соціальних контекстів, котрі зумовлені суспільними трансформаціями, що охопили усі сфери, від політики до приватного життя. Мережеве суспільство – це, в першу чергу, віртуальна реальність, котра, з одного боку, інтегрує, а з іншого – дезінтегрує соціум. Складна архітектоніка мережевого суспільства, його багатовимірність та поліваріантність ускладнює дослідження його ціннісних систем. Хоча соціолог й робить спроби пояснити природу цінностей з позицій інституціоналізму, можливості цього підходу суттєво обмежені глобалізаційними процесами. Тому, ми робимо спробу виявити аксіологічні засади соціальних трансформацій в контексті мережевого суспільства. Для розуміння природи цінностей мережевого суспільства

необхідно проникнути в сутність останнього, дослідити його архітектуру, та особливості функціонування.

Мислитель вказує на те, що мережеве суспільство формувалося протягом останньої чверті XX ст. завдяки взаємодії трьох процесів: революція у сфері інформаційних технологій; соціально-економічна реструктуризація капіталізму; культурні рухи, які виникли в 60-х рр. XX ст. у США та Західній Європі. Основою мережевого суспільства у всьому його різноманітті виступають комунікативні зв'язки між людьми.

У праці "Мережеве суспільство: від знань до політики" М. Кастельс розглядає мережеве суспільство як соціально-технологічну структуру, зазначаючи, що "мережеве суспільство – це соціальна структура, що ґрунтується на мережах, приведених в дію інформаційними та комунікаційними технологіями, в основі яких лежать мікроелектроніка та комп'ютерні мережі, котрі генерують, обробляють та розповсюджують інформацію та знання" [143, с. 7].

На наш погляд, М. Кастельс до проблеми мережевого суспільства підходить з позицій холізму, приділяючи увагу усім соціальним контекстам. Соціолог починає з мережевої економіки, що постає як нова, ефективна форма організації виробництва, розповсюдження та управління. Вона є головним фактором росту продуктивності в розвинутих країнах, які адаптували нові форми економічної організації. На думку багатьох учених, необхідними умовами росту продуктивності праці є такі: впровадження нових інформаційних та комунікаційних технологій на підставі наукових досліджень та технологічних інновацій; трансформація ринку праці, що передбачає зростання кількості висококваліфікованих фахівців, здатних оперативно відповідати викликам глобальної та локальної економіки; нетворкінг.

Згідно М. Кастельса, не менш важливим соціальним контекстом мережевого суспільства є ринок праці. Мережева економіка впливає на способи організації праці, висуває нові вимоги до знань та навичок спеціалістів. Пріоритетною для суб'єктів мережевої економіки є здатність працювати

автономно та одночасно бути її активними агентами. Таким чином, гнучкість, креативність, ініціативність та комунікабельність є запорукою успішної адаптації індивіда до умов мережевого суспільства.

Мережеве суспільство проявляє себе й в трансформації соціальності. Нові комунікації, від мобільної телефонії до Wi-Fi, суттєво підвищують динамічність соціальних зв'язків, особливо серед молоді. Дослідження показують, що найбільш соціально та політично свідомими й активними є користувачі Інтернету. Однак, головні зміни в соціумі обумовлена не Інтернетом та новими комунікаційними технологіями, а логікою комунікаційних мереж, тобто появою мережевого індивідуалізму. Мережеве суспільство постає як суспільство мережевих індивідів.

У сучасному суспільстві трансформації охоплюють й сферу комунікації, зокрема медіа. М. Кастельс вказує на такі тренди нової комунікаційної системи: по-перше, комунікація одночасно є глобальною та локальною, масовою та індивідуальною, залежною від ринку та продукції; по-друге, цифровий формат та інтерактивність комунікаційної системи; по-третє, самонаправленість масової комунікації. З огляду на зазначене, віртуальний простір мережевого суспільства формує повідомлення, складний електронний гіпертекст. У мережевому суспільстві віртуальність лежить в основі реальності завдяки новим формам соціальної комунікації. Враховуючи той факт, що політика залежить від публічного простору соціальної комунікації, політичні процеси трансформуються в умовах культури "реальної віртуальності". Комунікаційний простір детермінує політичні погляди людей, їх політичну поведінку, світогляд у цілому. Людина перебуває у світі різноманітних повідомлень, її буття відтворене електронним гіпертекстом, її розум націлений на сприйняття таких повідомлень, їх правильну інтерпретацію у соціальних контекстах.

Під час дослідження цінностей мережевого суспільства ми вважаємо необхідним розглянути основні виміри його соціальних трансформацій. Зокрема, це інформаціоналізм, який на думку М. Кастельса ґрунтується на постійному вдосконаленні вмінь та навичок людей, необхідних для оброблення

інформації та комунікації, зумовлених революцією в мікроелектроніці, програмному забезпеченні та генній інженерії. Нова парадигма "інформаціоналізм" є унікальною по відношенню до попередніх історичних форм інформаційно-комунікаційних технологій (наприклад, друку, телеграфу тощо). М. Кастельс виділив три головні відмінні риси нових технологій: постійне розширення можливостей оброблення інформації та комунікації за критеріями обсягу, складності та швидкості; їх здатність до рекомбінування через використання цифрової системи відображення інформації та періодичності комунікації; їх гнучкість, що зумовлена інтерактивною, цифровою формою організації мережі [140, с. 8 – 11].

Наступним виміром соціальних трансформацій є глобалізація: технологічна, організаційна та інституційна здатність базових компонентів деякої системи працювати як єдине ціле в планетарному масштабі. Це новий механізм, у порівнянні з історичними формами інтернаціоналізації.

Третій вимір – інтерактивний, електронний гіпертекст, як культурне середовище, загальна система поглядів на процеси оброблення символічної інформації з різних джерел. Інтернет не лише поєднує індивідів між собою, а й забезпечує доступ до колективного мультимедійного гіпертексту. Цей гіпертекст і є "хребтом" нової культури, культури реальної віртуальності, у якій віртуальність стає основним елементом символічного середовища та досвіду людей як суб'єктів комунікації.

Четвертий вимір пов'язаний із змінами, яких зазнає державна система влади та процеси прийняття управлінських рішень. Це пов'язано з діяльністю в мережах міжнародних організацій, зростанням їх впливу, яку у зовнішній, так і у внутрішній політиці. У цьому контексті криза держави у світі, де панує ринок та мережі, створює "інституційну порожнечу". Як стверджує М. Кастельс, "існують колективні підтвердження первинної ідентичності навколо ключових тем релігії, держави, етнічної приналежності, котра намагається зруйнувати суспільства, утворені на договірних засадах, на користь комун, в яких індивіди об'єднані спільними цінностями" [142, с. 408 – 409].

У своїх працях М. Кастельс порушує проблему культури віртуальності, яка починає домінувати у суспільстві. На нашу думку, віртуальність та гіпертекст виступають потужними факторами аксіосфери мережевого суспільства. Адже комунікаційні процеси створюють культури, в основі яких лежить виробництво та споживання символів. Унаслідок цього, відсутнє розмежування реальності від символічної репрезентації. Тому для нової комунікаційної системи, організованої навколо електронної інтеграції усіх засобів комунікації, характерне не симулювання віртуальної реальності, а побудова реальної віртуальності, де в інтерактивній комунікації, незалежно від середовища, усі символи дещо зміщені по відношенню до присвоєних їм значень. У цьому розумінні вся реальність сприймається віртуально. Таким чином, на думку мислителя комунікаційна система є базисом нової культури – культури реальної віртуальності [139].

Поряд з культурою реальної віртуальності актуальним є й питання глобалізації культури, зумовлює появу системи цінностей та переконань планетарного масштабу. Як вважає М. Кастельс глобальну культуру можна спостерігати на трьох рівнях. По-перше, у свідомості деякої авторитетної групи людей існує уявлення про долю нашої планети, яке виражене в ідеях збереження природного середовища, забезпечення прав людини, дотримання моральних принципів, геополітичної безпеки. Ці ідеї покладені в основу космополітизму, в якому соціальні актори позиціонують себе як громадяни світу. По-друге, глобальна мультикультура є гібридом, у ній постійно змішуються різні культури. По-третє, важливим аспектом культурної глобалізації є культура споживання, безпосередньо пов'язана з формуванням глобального капіталістичного ринку.

Таким чином, культура реальної віртуальності та культурні зміни у глобалізованому світі, на наш погляд, визначають й культуру мережевого суспільства. Згідно М. Кастельса, суспільства – це не що інше, як культурні конструкти. Під культурою соціолог розуміє систему цінностей та переконань, котрі спрямовують та мотивують поведінку людей.

Установлюючи сутність нової культури, необхідно враховувати й усю складність та новизну мережевого суспільства. Мережеве суспільство є глобальним, воно інтегрує різні національні культури. Таким чином, мережеве суспільство розвивається в різноманітті культурних цінностей, сформованих у відповідних історичних контекстах.

Виникає питання, наскільки специфічні культурні ідентичності здатні спілкуватися та взаємодіяти між собою. Якщо ж вони не знаходять спільної мови, не оперують загальними поняттями, це призводить до систематичного непорозуміння та ворожості. Відповідно, протоколи комунікації між різними культурами є проблемою для мережевого суспільства, оскільки без них немає суспільства як такого, а існують лише панівні мережі та опозиційні спільноти. Культура космополітизму єднає усіх громадян світу, закладає підвалини глобального управління та окреслює центральну культурно-інституційну проблему мережевого суспільства. Однак, бачення культури космополітизму як фактора, який поступово покращує міжкультурну комунікацію суттєво відрізняються.

Така соціальна структура, як мережеве суспільство, виникає в результаті виробництва та засвоєння відповідної системи цінностей. Актуальними для М. Кастельса є питання як формуються цінності мережевого суспільства, що мотивує суспільні відносини та рухає систему виробництва. Так, на думку теоретика, джерелом впливу в сучасному світі є трансформація людських поглядів. Якщо це дійсно так, то медіа виступають в якості ключових мереж, вони організовані в глобальні конгломерати з їх розвиненими торговими мережами та є головними джерелами інформації, яку сприймає людина. З іншого боку, медіа можна розглядати як бізнес, тоді на перший план виходить логіка рентабельності, комерціалізація медіа рекламною індустрією та оцінювання його активів на фінансовій біржі.

З огляду на це, мережеве суспільство – багатовимірна соціальна структура, у якій різні мережі виробляють власну логіку формування цінностей, що залежить від специфіки мережі та її програми. Кожна спроба, як зазначає

вчений, звести цінність до загального стандарту нашо́вхується на непереборні методологічні та практичні труднощі. Наприклад, якщо прибуток – пріоритетна цінність для капіталізму, військова сила закладає фундамент державної влади, а держава має можливість розробляти та встановлювати нові правила для бізнесу, то державна влада, навіть в недемократичному контексті, у великій мірі залежить від переконань людей, від їх здатності розуміти та дотримуватися правил, а також від їх готовності чинити опір. У цьому випадку медіа та інші засоби комунікації можуть передувати державній владі, котра диктує правила формування прибутку та позбавляє грошей ціннісного статусу.

Фактично, цінність, на думку М. Кастельса, – це вираження влади. І той, хто наділений владою, вирішує, що є цінним. З цієї точки зору, мережеве суспільство не відрізняється від своїх попередників. Що є по-справжньому новим, то це його глобальний характер та мережева архітектоніка. Це значить, що відносини домінування між мережами є стратегічно важливими. Їх характеризує стабільна, гнучка взаємодія, наприклад, між глобальними фінансовими ринками, геополітичними процесами та стратегіями медіа. З іншого боку, логіка формування цінностей, як вираження панування, є глобальною. Це має практичне значення, тому що лежить в основі кризи держави індустріальної епохи. З того часу, як держава застосовує та закріплює правила на власній території, крім випадку альянсу чи втручання, вона повинна стати або суверенною або мережевою відносно інших мереж щодо детермінування цінностей. Ось чому, наприклад, США на поч. ХХІ ст. акцентували увагу на підвищенні рівня безпеки та боротьбі проти тероризму як пріоритетних цінностях для усього світу. Це був спосіб побудови військової мережі, котрий гарантував би її гегемонію шляхом позиціонування безпеки як загальнолюдської цінності. Однак, капіталізм часто вбачає в подібних проектах прибутковий бізнес.

У глобальному мережевому суспільстві глобальні фінансові мережі мають перевагу як інституції, котрі визначають відповідні цінності. На сьогодні думка людини є важливою рушійною силою розвитку соціальної

системи. Так, ідеї можуть сприйматися як головні цінності, як передумови суспільного розвитку. На думку М. Кастельса, у глобальному мережевому суспільстві немає точного визначення поняття цінності, це складне питання, що залежить від багатьох соціальних контекстів, а детермінантами ціннісної системи мережевого суспільства виступають виміри соціальних трансформацій (інформаціоналізм, культура віртуальної реальності, культурна глобалізація) [139].

Відомий американський філософ-футуролог Е. Тоффлер пропонує власну концепцію розвитку суспільства – концепцію трьох хвиль, згідно якої людство проходить три етапи свого становлення: аграрний, індустріальний та інформаційний. Третя хвиля породжує нову цивілізацію, рушійною силою економічного, політичного та соціального прогресу якої виступає не земля, праця чи капітал, а знання та інформація. Такі трансформаційні процеси значною мірою впливають й на аксіосферу цього типу суспільства. Е. Тоффлер досліджує соціальні процеси та явища не у ретроспективі, а у футурологічному контексті, на відміну від Д. Белла. Футурологічний аналіз представляє собою соціальний прогноз, який вказує на можливі вектори суспільного розвитку, на те, яким суспільство може стати, та які тенденції переважатимуть в ньому у майбутньому. Крім того, футурологічний аналіз дозволяє дослідити й стан та перспективи аксіосфери інформаційного суспільства.

Зокрема, Е. Тоффлер констатує про те, що усі розвинуті суспільства схильні переживати ціннісні кризи. На підтвердження своїх думок теоретик наводить змістовні аргументи. По-перше, цінності сучасного суспільства надзвичайно швидко змінюються у порівнянні з попередніми історичними періодами суспільного розвитку. Якщо, наприклад, у минулому індивід зростав у суспільстві, у якому система цінностей залишалась незмінною протягом усього його життя, то сьогодні це характерно закритих та "технічно відсталих" суспільств. По-друге, фрагментація суспільств призводить до поляризації цінностей. Якщо раніше суспільства мали деякий загальноприйнятий набір цінностей, зрозумілий для кожного, то у майбутньому, зазначає футуролог,

плюралізм відтіснятиме єдність поглядів на задвірки цивілізації. Як наслідок – всі соціальні інститути популяризуватимуть абсолютно різні цінності.

Як бачимо, прогноз Е. Тоффлера справджується, аксіологічні бар'єри сьогодні все частіше стають причиною непорозумінь та соціальних конфліктів, як на інституціональному, так й на міжнародному рівнях. Суперечливість цінностей, нові товари та послуги, доступна освіта та розваги призводять до того, що людина робить свій вибір по-новому. Вона "споживає" стилі життя подібно до своїх попередників, які споживали звичайні товари. Більшість людей навіть не замислюється про свій життєвий стиль, тому, на думку Е. Тоффлера, й виникають труднощі під час визначення цінностей.

У зв'язку з цим, ми б хотіли наголосити на декількох аспектах: по-перше, споживацьке ставлення до навколишнього світу набуває ціннісних інтенцій; по-друге, аксіосфера інформаційного суспільства формується із стилів життя та субкультур. Для другої половини ХХ ст., на думку Е. Тоффлера, характерною була "криза ідентичності" внаслідок постійної зміни життєвих стилів та "соціального дрейфування" від субкультури до субкультури. Ця тенденція зберігається й сьогодні, людина намагається подолати труднощі транзитивного періоду. На думку теоретика вона постійно перебуває у стані "неслідування", а без дотримання цінностей та стилю поведінки групи вона позбавлена критеріїв, які допомагають зробити правильний вибір. Люди обирають не просто товари, вони обирають життя, навіть не елементи життєвого стилю, а життєві стилі.

Суперіндустріальна революція вимагає нового типу особистості, яка враховувала б діалектику свободи і необхідності, соціальної справедливості й відповідальності в контексті сучасного суспільства. Інформаційне суспільство технологічно найрозвинутіше, безумовно, розширює діапазон свободи, надаючи необмежених можливостей для самореалізації особистості у різних сферах діяльності, проте не гарантує абсолютної свободи. Як зазначає філософ, "новий формат суспільства вимагає від людини високого рівня інтелекту для того, щоб зрозуміти сутність суперіндустріального суспільства та швидкі зміни

соціальної структури, обрати "правильну" послідовність життєвих стилів та "правильний" життєвий темп" [110, с. 157 – 158].

Безкінечний вибір життєвих стилів призводить до постійної зміни ціннісних орієнтирів, ціннісне уявлення про світ стає фрагментарним. У таких умовах складно відрізнити істинні цінності від їх симулякрів. Саме тому Е. Тоффлер пропонує створити нову професію "прогнозистів ціннісного впливу". Такі спеціалісти на основі останніх досягнень різних наук про людину могли б передбачити наслідки впливу технологій на ціннісні орієнтації особистостей [110].

В інформаційному суспільстві самореалізація особистості, соціальна відповідальність, гедоністичний індивідуалізм конкурують з прагненням матеріального успіху й часто затьмарюють його. Люди прагнуть досягти різноманітних постекономічних цілей, їх цінності носять позаекономічний характер. Для того, щоб контролювати зміни, суспільство повинне остаточно відійти від технократичної традиції та навчитися по-новому формулювати свої соціальні цілі на гуманістичних засадах.

В інформаційному просторі суспільства третьої хвилі людина створює ментальну модель реальності, в її голові існує ніби сховище образів, зазначає вчений. Одні образи – прості, інші – складні та концептуальні. Разом вони доповнюють картину світу, визначають місце людини в системі суспільних відносин. Ці образи формуються із сигналів або інформації, яка надходить з навколишнього середовища. Проте слід пам'ятати, що й інформація теж постійно змінюється. У зв'язку з цим, людина все частіше переглядає свою "картотеку образів".

Моделі реальності носять тимчасовий характер, оскільки щодня вчені спростовують наукові теорії, ідеології не знаходять підтримки серед громадян, а політики атакують свідомість суперечливими політичними та моральними лозунгами. У таких умовах важко зрозуміти процес виробництва образів, оскільки Третя хвиля змінює глибинну структуру інформації, від якої залежать

щоденні дії людини. Унаслідок цього система цінностей постійно зазнає інформаційних атак, цінності трансформуються під тиском нової інформації.

Оскільки інформація розглядається як базис інформаційного суспільства, то закономірно вона детермінує його аксіосферу поряд з економічними, політичними, культурними та технологічними чинниками. Отже, динаміка інформаційного простору зумовлює тимчасовість і відносність ціннісних орієнтирів.

Ще одним феноменом Третьої хвилі Е. Тоффлер вважає демасифіковані засоби масової інформації, які, у свою чергу, демасифікують свідомість. На сьогодні не маси людей отримують одну й ту саму інформацію, а невеликі групи населення обмінюються власними образами. У суспільстві панує дух плюралізму, легітимізований демократичними політичними режимами більшості розвинутих країн. Це призводить до демасифікації як особистості, так й культури. Крім того, демасифікація суспільства зумовлює зростання обсягів інформації, ось чому сучасне суспільство, на думку футуролога, деякі вчені характеризують як інформаційне. Чим більш гетерогенна цивілізація, чим більш диференційована її технологія, її енергетичні форми, тим більше інформації циркулює між її елементами [108, с. 279 – 280]. У цьому контексті аксіосфера інформаційного суспільства – гетерогенна та демасифікована у порівнянні з аксіосферою індустріального суспільства.

На наш погляд, ще одним важливим аспектом концепції Е. Тоффлера є ідея "електронного котеджу", який має велике значення для розвитку суспільства та його ціннісних орієнтирів. Так, робота вдома може забезпечити стабільність суспільства, до того ж, "електронний котедж" може сприяти відродженню добровільних організацій, клубів, спортивних та юнацьких об'єднань тощо. Виконання роботи вдома, як зазначає футуролог, дозволить не лише зменшити витрати, а й децентралізувати систему виробництва. За таких умов можливі будь-які нові відносини та організаційні форми [108].

Філософський аналіз культурних, економічних та політико-правових аспектів суспільства третьої хвилі дає змогу краще зрозуміти природу аксіосфери інформаційного суспільства.

У міру зростання ролі сфери послуг та інформації в економіці, комп'ютеризації сфери виробництва неминуче змінюється природа багатства. Інвестори в найбільш динамічні галузі, пов'язані з високими технологіями, покладаються на абсолютно інші гарантії своїх капіталовкладень. Капітал швидко стає "суперсимволічним", інвестиції ґрунтуються на індексах індексів інших індексів, похідних від похідних. Паралельно відбувається процес зміни сутності грошей.

У економіці Третьої хвилі паперові гроші застаріли, вони є продуктом індустріальної ери, яка відходить у минуле. На думку футуролога, гроші третьої хвилі – електронні імпульси, вони є інформацією, основою знань. Багатство – це, у першу чергу, багатство символів. І як це не дивно, влада теж ґрунтується на символах. У верхній частині "спектра розумової праці" розташовані спеціалісти, які працюють з інформацією, тобто їх робота повністю символічна. У середині спектра – широкий набір "змішаних" професій, що вимагають як фізичної праці, так й знання інформаційно-комунікаційних технологій. Е. Тоффлер стверджує, що робітників доцільно об'єднувати за кількістю вироблених символів або часткою розумової праці в їх професійній діяльності, а не за назвами професій чи місцем роботи. Фізична праця розташована в нижній частині спектра.

У нових умовах знання виступає основним ресурсом для бізнесу. Технології, що ґрунтуються на знаннях, знижують затрати виробництва. Цінність знання зростає, оскільки воно перетворюється на джерело розвитку економіки. Головні засоби виробництва зберігаються у мозку робітника, там суспільство, згідно Е. Тоффлера, може знайти єдине могутнє джерело влади та благополуччя. Виникає потреба у спеціалістах, котрі вміють самостійно приймати рішення, відхилятися від встановленого шаблону поведінки та пропонувати власні ідеї [109].

Футуролог також зазначає, що третя хвиля змінила характер світовідчуття, розсіюючи, а не концентруючи людське співтовариство. У той час, як мільйони людей ще продовжують вливатися в міське середовище, яке є основою індустріальної частини світу, в розвинених в технічному плані країнах уже спостерігаються протилежні тенденції. Перерозподіл населення змінює уявлення як про особистий простір, так й про простір соціальний та культурний.

Е. Тоффлер вважає, що глибокі зміни поглядів на природу, еволюцію, прогрес, час та простір виникли тоді, коли людство почало рухатись від Другої хвилі культури, у якій пріоритетним було вивчення будь-яких предметів та явищ окремо від інших, до Третьої хвилі культури, яка надавала особливе значення контекстам та взаємозв'язкам. Тут варто відзначити наступне: аксіосфера інформаційного суспільства є результатом постійного взаємопроникнення усіх сфер суспільного життя у різних соціальних контекстах. На наш погляд, вона почала формуватись під час історичного переходу від Другої до Третьої хвилі, який супроводжувався протистоянням двох типів мислення – "картезіанського" та "системного".

Мислителі-картезіанці зосереджувались на аналізі елементів досліджуваного явища або процесу, у той час як прибічники теорії систем сфокусувались на загальному, а не фрагментарному погляді на проблему. Підкреслюючи наявність зворотного зв'язку між підсистемами та їх роль в утворенні більш загальної структури, представники системного підходу вступили в конфлікт з загальноприйнятою культурою 50-х рр. XX ст. Їх концепції почали широко використовувати науковці. Прибічники теорії систем були не єдиними, хто наполягав на більш узагальненому способі вивчення предметів та явищ.

Протест проти вузької спеціалізації отримав підтримку й від захисників навколишнього середовища. Екологічний та системний підходи частково співпали й виступили за синтез та інтеграцію знань. Зміни в інтелектуальній сфері позначились й на культурному житті. Теорія систем та екологічні рухи, зростання ролі холізму, зміна концепцій часу та простору – все це, на думку

Е. Тоффлера, елементи культури, які атакували інтелектуальні постулати цивілізації Другої хвилі [108].

Як і М. Кастельс, Е. Тоффлер говорить про втрату позицій держав-націй. Це пов'язано з тим, що нації змушені створювати наднаціональні організації. Держави хоча й намагаються зберегти за собою свободу вибору та суверенітет, проте поступово зазнають все більших утисків та обмежень незалежності. Категоричним з цього приводу є твердження вітчизняного вченого П. Соханя: "Глобалізація – це тільки початок нового процесу, котрий по-новому перекроїть наше життя. Так, глобалізація – це смерть окремої держави. Як природний наслідок світового розвитку, держав у новому світі вже не буде, тому що їх бути не може і нікому вони вже не потрібні" [102, с. 123].

Німецький соціолог У. Бек, розмірковуючи над проблемами сучасного соціуму, також зазначає, що глобальне суспільство у багатьох сферах, а не тільки в економічній, послаблює і навіть ставить під сумнів могутність національної держави. Це світове суспільство, стверджує дослідник, "створюють власники транснаціональних корпорацій, котрі можуть "виробляти продукцію в одній країні, сплачувати податки в іншій, а вимагати державних субсидій у формі заходів зі створення інфраструктури – у третій" [8, с. 133]. З цього приводу вітчизняні вчені Б. Глотов та О. Корх зазначають, що "нація-держави – це не трансісторичне утворення, а історично конкретна, особлива форма соціальної організації, що ґрунтується на складних відносинах між виробництвом, класами, політичною владою і певною територією.

Саме в таких умовах зароджувався і розвивався капіталізм. Нині ці зв'язки витісняються глобалізацією. Глобальна економіка руйнує матеріальну основу нації-держави. Національна держава, територіальність і виробництво уже більше не пов'язані між собою. Транснаціональні корпорації мають наднаціональний характер, керуються власними інтересами і "де-факто" поривають із національною державою, що спричиняє падіння рівня соціальної інтеграції всередині країни й руйнування "держави загального добробуту" [25, с. 3].

У цьому контексті мова йде про перехід влади на новий, транснаціональний рівень та глобалізм як нову ідеологію. Разом з тим, глобалізм це дещо більше, ніж проста ідеологія, якщо націоналізм представляє інтереси нації, то глобалізм – інтереси усього світу. Нова суперсимволічна економіка трансформує і сферу державного управління. Влада поступово відходить від традиційної ієрархії, створюючи рухливу, гетерогенну систему, у якій постійно змінюються центри влади.

Нові інформаційно-комунікаційні технології також підривають ієрархію в уряді, оскільки надають можливість обходитися без неї. Комп'ютери дозволяють моделювати не лише економічні або технічні процеси, а й політичні, надаючи безліч альтернативних варіантів дій в тій чи іншій ситуації. Чим більше даних, інформації та знань використовує система управління, тим більшою мірою суспільство стає інформаційним. Очікуючи кризи, політики та бюрократи, корпоративні лобістські сили та громадські рухи починають застосовувати інформатику, а це означає гру у владу, що ґрунтуються на маніпуляціях з інформацією ще до того, як вона потрапить у ЗМІ. Боротьба за владу уже переходить на новий рівень, пов'язаний з експансією суперсимволічної економіки [109, с. 329 – 330]. Окрім цього, прорив у сфері комунікаційних технологій відкриває безліч способів для прямої участі громадян у прийнятті політичних рішень. Для того, щоб звільнитися від інституціонального перевантаження, уряд повинен розподіляти та перерозподіляти рішення, як того вимагають нові умови життєдіяльності [108].

Отже, у контексті футурологічної концепції Е. Тоффлера розпад планової економіки, становлення та розвиток ринкової, символічної економіки, трансформація державного управління та глобалізація виступають головними чинниками гетерогенності, демасифікації та глобалізації ціннісного змісту інформаційного суспільства. Відповідно аксіосфера детермінована різними субкультурами та стилями життя. Неминучим наслідком цього є фрагментаризація ціннісних уявлень про світ та "еклектизація" архітекτονіки аксіосфери інформаційного суспільства.

Узагальнюючи окреслені концептуальні моделі, можемо констатувати, що визначальними передумовами формування аксіосфери інформаційного суспільства є розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, інформатизація, віртуалізація соціальної реальності й глобалізація комунікаційного простору. Соціально-філософський аналіз аксіосфери інформаційного суспільства з необхідністю передбачає визначення методологічного інструментарію дисертаційного дослідження.

1.3 Методологічні засади дослідження аксіосфери інформаційного суспільства

Загальновідомо, що обґрунтованість і достовірність результатів наукових розвідок безпосередньо залежить від вдало обраної методології, а тому добір відповідного методологічного інструментарію належить до головних завдань будь-якого наукового пошуку.

У філософії під методологією розуміють сукупність підходів, способів, методів, прийомів та процедур, що застосовуються в процесі наукового пізнання та практичної діяльності для досягнення наперед визначеної мети. Також методологію визначають як "тип раціонально-рефлексивної свідомості, спрямований на вивчення, удосконалення та конструювання методів в різних сферах духовної та практичної діяльності" [76, с. 553].

Методологічна основа даного дослідження визначається його міждисциплінарним характером і використанням здобутків філософії, когнітивної й соціальної психології, соціології, теорії комунікацій, кібернетики, теорії інформації тощо. Вона являє собою систему, до якої входять принципи, підходи, філософсько-світоглядні, загальнонаукові і спеціально-наукові методи пізнання соціокультурних явищ, використання яких забезпечить обґрунтованість і достовірність результатів дисертаційної роботи.

У методології будь-якого наукового дослідження важливе місце належить методологічним принципам, під якими розуміються певні визначальні установки суб'єкта пізнання щодо відносності, можливості, допустимості і доцільності застосування, використання того чи іншого методу, способу в науково-пізнавальній діяльності, а також на підставі яких здійснюється оцінювання ступеня істинності отриманої інформації (знання). Ці основоположні начала надають єдності і логічності всій сукупності методів, способів, методик, що використовуються в тій чи іншій науці, а тому від обраних методологічних принципів залежать результати дослідження, його достовірність, рівень всебічності, ступінь переконливості, істинність тощо.

З цього приводу російський вчений М. Овчинніков, зазначає, що для теоретичного знання об'єктів, що розвиваються, найхарактернішим є органічне включення в спеціальне дослідження загальних методологічних принципів, без яких таке знання не може бути побудоване [79].

Отже, з метою отримання обґрунтованих результатів дисертаційного дослідження нами використовувалися принципи всебічності, історизму, причинності, системності, конкретності, методологічного плюралізму тощо.

Так, дотримання принципу всебічності при аналізі головних теоретичних положень, аксіологічних явищ та соціальних процесів в їхньому тісному взаємозв'язку із аксіосферою інформаційного суспільства забезпечить цілісність та логічність дослідження.

Принцип історизму вимагає розгляду будь-яких соціокультурних явищ, в тому числі й аксіосфери інформаційного суспільства, у розвитку та історичному взаємозв'язку, а не тільки з точки зору їх сучасного стану. З цієї позиції дуже важливим є питання щодо причин та умов виникнення досліджуваних феноменів, основних факторів їх становлення та розвитку, а також аналіз останніх з урахуванням сучасного стану і майбутньої еволюції людства.

Принцип причинності тісно пов'язаний з попередніми методологічними правилами. Його методологічне значення виявляється в тому, що причинність служить орієнтиром для дослідника того чи іншого феномена. Що стосується

нашої проблематики, то цей принцип дозволяє встановити причини виникнення та функціонування аксіосфери інформаційного суспільства, тобто визначити відповідні умови за яких досліджуваний феномен виникає, змінюється, розвивається, трансформується. Цей принцип вимагає врахування того, що без певної причини не може виникнути жодне явище, так само не може бути і явищ, які б не виступали причиною інших явищ. Також причина тісно пов'язана з часом, який задає певний інтервал для реалізації причинно-наслідкового зв'язку.

Принцип системності передбачає розуміння аксіосфери інформаційного суспільства як відкритої системи певної міри цілісності та складності. Принцип системності добре ілюструє відоме твердження Л. фон Берталанфі "системи всюди", а його суть виражається у сформованій ще в античності тезі: "Ціле більше суми своїх частин" [77, с. 558]. Згідно цього принципу аксіосфера інформаційного суспільства розглядається як єдине ціле, що забезпечене взаємозв'язком усіх підсистем і елементів означеного феномена.

Принцип об'єктивності полягає у розгляді аксіосфери інформаційного суспільства у всій її складності, багатогранності та суперечливості, з урахуванням усієї сукупності позитивних і негативних аспектів цього феномена, незалежно від аксіологічної позиції дослідника.

Принцип конкретності вимагає застосування філософських категорій і понять для належного відображення (узагальнення) накопиченого у процесі попередніх досліджень і практичної діяльності досвіду реалізації основних положень теорій інформаційного суспільства.

З огляду на вищезазначене потрібно зауважити, що кожен окремо взятий принцип чи навіть їх система не може відігравати роль абсолютного пізнавального ідеалу, бо кожен набуває продуктивності лише у межах відповідної сфери. Абсолютизація тієї або іншої методології негативно позначається на дослідженні. Відтак, сьогодні науковці дотримуються принципу методологічного плюралізму, який передбачає визнання залежності методів і принципів пізнання від властивостей, особливостей і завдань суб'єкта,

його концептуальних орієнтацій і підходів до дійсності. Таким чином, методологічний плюралізм в дослідженні аксіосфери інформаційного суспільства передбачає можливість ефективного використання різних методів і принципів пізнання, поєднаних за принципом доповнюваності.

Стратегічні методологічні положення і принципи знаходять своє втілення в методах дослідження. Соціально-філософський аналіз природи аксіосфери інформаційного суспільства вимагає застосування системи філософсько-світоглядних, загальнонаукових та спеціально-наукових методів наукового пошуку, а також основних методологічних підходів, за допомогою яких можливо вирішити завдання дисертаційного дослідження.

Серед найпоширеніших філософських методів дослідження чільне місце займає діалектичний метод, яким називають "аналіз різних точок зору на об'єкт дослідження, котрий, як правило, передбачає єдність і боротьбу протилежних позицій. Людському мисленню притаманна діалектична тріада: теза, антитеза, синтез" [85, с. 119]. Застосування діалектичного методу дозволяє дослідити аксіосферу інформаційного суспільства у контексті її взаємозв'язку з іншими об'єктами та явищами. На противагу метафізичному методу, який розглядає об'єкти та явища ізольовано одне від одного, діалектика вбачає причину їх функціонування і розвитку у взаємодії протилежностей. З позицій діалектики світ цінностей відображає взаємозв'язок та протиріччя соціальної реальності.

Таким чином, діалектика виступає системою регулятивних принципів, що орієнтують соціального суб'єкта у його пізнавальній діяльності на розгляд цінностей у контексті їх постійного становлення та трансформацій. Діалектичний метод дозволяє поглянути на ціннісний світ у його постійному русі, який призводить до якісних змін різної спрямованості (прогресивної або регресивної). Розкриття ж основних тенденцій розвитку ціннісного світу дозволяє спрогнозувати його тенденції у майбутньому. Нами допускається можливість й альтернативного розвитку аксіосфери. Мова йде, про її локалізацію у віртуальну реальність, де цінності можна згенерувати та запропонувати соціальному суб'єктові. Незважаючи на те, що аксіосфера інформаційного

суспільства зазнає модернізації, вона все ж зберігає зв'язок з традиційними соціальними інститутами.

Дослідження об'єктів крізь призму їх розвитку може бути реалізоване двома шляхами: історичним та логічним. Застосування історичного підходу передбачає детальне відтворення історії об'єкта з урахуванням різного роду відхилень. Логічний підхід теж потребує відтворення історії об'єкта, але вона розглядається з урахуванням конкретних логічних перетворень, осмислюється теоретично з подальшим акцентом на загальне, суттєве, яке сприяє виявленню закономірностей розвитку. Вибір історичного або логічного підходу визначається природою досліджуваного об'єкта та метою дослідження. Однак, ці підходи тісно взаємопов'язані – історичний підхід потребує логічного осмислення фактів розвитку досліджуваного об'єкта, а логічний аналіз завжди витікає з історії розвитку об'єкта. У запропонованому дослідженні аксіосфера інформаційного суспільства вивчається з позиції єдності логічного та історичного, яка дозволяє досягти логічно реконструйованого, узагальненого відображення історичного розвитку ціннісного світу.

При цьому, наукове пізнання будь-якого об'єкту неможливе без урахування принципу детермінізму, який визначає причинну обумовленість усіх явищ об'єктивної реальності. Згідно цього принципу трансформація аксіосфери інформаційного суспільства не випадкова, за нею стоїть певна причина. Саме тому він спрямовує дослідження аксіологічних об'єктів на пошук глибинних, імпліцитних причин ціннісних явищ. Таким чином, під час аналізу аксіосфери інформаційного суспільства необхідно враховувати роль не лише інформаційно-комунікаційних технологій, але й психології, волі та свідомості соціальних суб'єктів.

До переваг оперування діалектичним методом належить розгляд аксіосфери інформаційного суспільства у динамічному вимірі, в розвитку та взаємодії з усіма феноменами соціокультурної реальності. Недоліки методу зумовлені прагненням діалектики з'ясувати зміст найзагальніших понять у сфері самих понять, без урахування реальної дійсності.

Досить поширеним у філософській методології на сьогодні є феноменологічний метод – особливо продуктивний для розкриття змісту ціннісної свідомості учасника кіберпростору. Як відомо, завданням феноменологічного методу, за Е. Гуссерлем, є абсолютне очищення проблем пізнавальної діяльності від природничонаукових, психологічних, а також соціально-історичних нашарувань для досягнення безумовних, самоочевидних першооснов знання, його чистих структур [28]. Для нашого дослідження цінним цей метод є тому, що предметом феноменології виступає не реальна поведінка людей, а ідеальні нормативні структури, що зумовлюють людську свідомість і поведінку (ціннісно-нормативний світ). Утім, для розгляду чистих структур аксіологічної свідомості у площині феноменологічного підходу неприйнятний психологізм, оскільки в такому разі трактування предмету дослідження передбачатиме елементи суб'єктивізму та релятивізму. А для феноменології істиною мислиться те, що має загальний характер, тобто істинним постає знання, що дане як доекспериментальна безпосередня очевидність, котра вирізняється граничною чіткістю своїх значеннєвих обрисів.

Важливою процедурою означеного методу є феноменологічна редукція. Мета названої процедури – звільнення свідомості від усіх зовнішніх, культурних нашарувань і спрямування уваги на себе. Процедура розгортається у два етапи. Перший етап позначений відкиданням усього наявного знання про дійсність для забезпечення вияву чистих сутностей – ейдосів. Для другого етапу обов'язкове очищення самого "Я": у ньому повинні залишитися лише ті переживання, які відбуваються у свідомості під час мислення. У такий спосіб можливе досягнення свободи від усіх передумов – і зовнішніх, і внутрішніх (суб'єктивних). Лише в самому собі, у своїх глибинах, на думку Е. Гуссерля, людський дух повинен відшукувати ключові світопояснювальні структури [28].

У контексті дослідження аксіосфери інформаційного суспільства феноменологічний метод уможлиблює уникнення полярності двох реальностей – суцього і належного; фізичного й віртуального, що сприяє формуванню

моністичного погляду на буття крізь призму структур людської свідомості. На думку науковців, недоліками цього методу є його інтуїтивні засади.

Застосування методу компаративного аналізу в дослідженні аксіосфери інформаційного суспільства допомагає сформувати уявлення про характер цінностей, які передували інформаційному суспільству, встановити особливості етичних засад інформаційного суспільства, порівнявши та проаналізувавши основні тенденції модерністської й постмодерністської інтелектуальних традицій. Компаративний метод не лише допомагає виявити зв'язки між окремими аксіологічними явищами, але й сприяє глибшому проникненню в сутність комунікаційних процесів. Досліджуючи аксіосферу інформаційного суспільства, необхідно враховувати різні форми порівняльного методу: порівняння, яке виявляє природу гетерогенних об'єктів; історико-типологічне порівняння, що пояснює подібність не пов'язаних за походженням феноменів; історико-генетичне порівняння, під час якого подібність феноменів пояснюється як результат їхньої спорідненості за походженням; порівняння, яке дозволяє зафіксувати взаємовпливи різних феноменів.

Контент-аналіз блогів та комунікативних мереж кіберреальності дозволяє відслідкувати комунікаційні стратегії та зробити висновок про ефективність або неефективність комунікації. Крім того, контент-аналіз доцільно застосовувати для вивчення соціально-психологічних особливостей авторів месиджів, соціально-психологічних явищ кіберреальності, соціально-психологічної специфіки віртуальної комунікації, особливостей організації "месиджевої" інформації, аксіологічних аспектів впливу віртуального простору на соціального суб'єкта.

Окрім вищеперерахованих, перспективними для дослідження аксіосфери інформаційного суспільства слід вважати онтологічний та аксіологічний підходи. Онтологічний підхід передбачає розгляд буття цінностей, їх функціонування у безперервній динаміці суспільних змін. У контексті онтології пізнання суцього означає, що формування ціннісного світу не може зумовлюватися лише зовнішніми обставинами об'єктивного характеру, оскільки цінності охоплюють

важливі особливості людської суб'єктивності. Онтологічними підвалинами аксіосфери інформаційного суспільства виступають: постійне взаємопроникнення буття та небуття, взаємодія реального й віртуального, сущого й належного, розуму та інстинктів, наявність соціокультурних суперечностей, які виникають і вирішуються людьми у процесі суспільної життєдіяльності [46]. Онтологічний підхід відображає функціонування та структуру аксіосфери інформаційного суспільства, конкретні форми її реалізації у різних комбінаціях людської діяльності. Онтологія формує сукупний образ соціокультурного буття людини й у цій своїй функції здатна слугувати основою філософського світогляду. Підвалини онтологічного підходу до трактування ціннісної сфери заклали такі мислителі, як І. Кант, Г. Гегель, В. Віндельбанд, Г. Ріккерт, М. Гайдеггер, Ж.-П. Сартр та інші.

Наприклад, відомий німецький філософ М. Гайдеггер визначальною характеристикою людського буття (екзистенції) вважав здатність людини до самотрансценденції, виходу за власні межі [119]. Горизонт такого буття – час. У своєму бутті людина одночасно спрямована й у майбутнє, й у минуле. Способом спрямованості у майбутнє, за М. Гайдеггером, є розуміння. У розумінні людина немовби "приміряє" на себе певні можливості буття-у-світі та буття-з-іншими. Тобто те, що людина існує не статично, а в динамічному розвитку, постає тим способом існування, який ніби підштовхує її до формування ціннісного світу.

Послугуючись термінологією Ж.-П. Сартра, цінності для людини із "зовнішнього" світу перетворюється на складник її проекту. Таким чином, специфіка онтологічного підходу до розуміння сутності аксіосфери суспільства полягає в тому, що цінності – це сфера належного (буття належності), тобто того, чого в звичному сенсі немає, проте реальність якого значуща для людини. Виявом цієї реальності постає такий аспект буття людини, що позначений моментами належності, коли воно стикається з буттям іншої людини, і це спільне існування загрожує обернутися свавіллям.

За своєю природою аксіосфера – це ідеальна реальність міжособистісних стосунків. Остання мислиться особливим родом буття – ідеальним буттям, сутність якого – належність. Зміст аксіосфери інформаційного суспільства окреслений ментальними установками, ідеями і теоріями, знаково-символічною формою норм та інститутів, діями та взаєминами людей, тобто різними виявами соціальної реальності. З огляду на висвітлені вище основні положення онтологічного підходу очевидним є те, що розгляд аксіосфери інформаційного суспільства в онтологічному аспекті – це аналіз її природи, структури, функціонування та розвитку.

Ефективність використання для дослідження аксіосфери інформаційного суспільства аксіологічного підходу вбачається в тому, що зміст означеного феномена складають відповідні системи цінностей. Цей підхід передбачає три рівні: метафізичний (філософський), пов'язаний із абсолютними цінностями як змістовними основами суспільної свідомості в різних її формах; психолого-антропологічний, спрямований на інтерпретацію реальності в контексті потреб, інтересів, корисності тощо; оціночний, що характеризує і предметність (елементи реальності) в її зв'язку з потребами, інтересами людини, і діяльність у її взаємозв'язку із ціннісно-вольовим рівнем свідомості.

Аксіологічний вимір інформаційного суспільства передбачає виявлення взаємовідношення між ціннісно-нормативною сферою, духовним світом, оціночним спогляданням людиною соціальної дійсності. Аксіосфера кіберпростору формується за умови оцінювального ставлення суб'єкта до цілей та результатів його діяльності, до еталонів і зразків поведінки, які закріплені в межах соціальної та віртуальної реальностей.

У цьому контексті аксіологічний вимір суспільства тісно пов'язаний із культурологічним підходом, оскільки у його площині можливе спостереження закономірностей соціокультурних процесів, базисом яких є трансформація і розвиток відповідних систем цінностей і ціннісних орієнтацій соціальних суб'єктів. Згідно культурологічного підходу культура є способом тиражування цінностей суспільного й індивідуального життя, а аксіосфера інформаційного

суспільства постає як складний соціокультурний феномен, зміст якого представлений одночасним існуванням різних систем культурних цінностей, етнонаціональних ідентичностей тощо. До переваг культурологічного підходу можна зарахувати: цілісність, багатофакторність і всебічність розгляду соціокультурних явищ; важливу роль досвіду як способу організації ціннісно-раціональної соціальної дії; встановлення зв'язку між цінностями та предметно-практичною діяльністю соціальних суб'єктів.

Для пізнання сутності аксіосфери інформаційного суспільства результативним є застосування системного підходу, ефективного для осмислення означеного феномена як відкритої, цілісної системи. Він дає можливість описувати окремо взятий об'єкт статично, розкривати його цілісність, простежувати внутрішні зв'язки, виявляти структурні елементи (зміст) феноменів. Такий аналіз означає комплексне дослідження різних об'єктів (систем), їхнє представлення як єдиного цілого з узгодженим функціонуванням усіх елементів і частин, а також висвітлення їхнього впливу на суспільне й індивідуальне буття людини.

Теоретичне обґрунтування ефективності цієї методологічної системи було здійснено у 50-их рр.. XX ст. Л. фон Берталанфі в його працях із загальної теорії систем, які зацікавили широке коло міжнародної наукової спільноти. Пізніше М. Месаровичем, Л. Заде, О. Ланге, У. Россом, Ю. Урманцевим були запропоновані нові варіанти загальної теорії систем.

Результати досліджень вказаних авторів пізніше стали "класикою" системного аналізу. Загальна теорія систем надала дослідникам потужний методологічний інструментарій для вивчення матеріальних та ідеальних систем. З позицій системного підходу, вивчаючи аксіосферу інформаційного суспільства, спочатку необхідно визначити її як деяке цілісне явище, звертаючи увагу на його суттєві властивості, компоненти та структуру, що характеризують інтегральні властивості світу цінностей. В інформаційному суспільстві існують й інші сфери, вивчення яких за допомогою системного аналізу є ефективним. У

першу чергу, це стратегічне управління, для успішного здійснення якого важливо встановити тип системи, з якою планують провести ті чи інші операції.

На сьогодні існує багато методик системного аналізу, проте розроблення універсальних методів є практично неможливим. У зв'язку з цим, для розв'язання різних завдань вчені змушені розробляти методику системного аналізу на основі принципів, ідей, гіпотез, методів, накопичених у теорії систем та системного аналізу. Таким чином, системний аналіз передбачає дослідження об'єкта як цілісної системи з внутрішніми та зовнішніми зв'язками, особливостями функціонування та розвитку.

Для нашого дослідження важливим також є метод моделювання, який дозволяє побудувати модель аксіосфери інформаційного суспільства та з'ясувати її особливості й динаміку. Під моделлю ми розуміємо сукупність логічних, математичних та інших об'єктів, зв'язків і співвідношень, що відображають з максимально наближеним ступенем подібності деякий фрагмент реальності, який є предметом пізнання. Розрізняють фізичні, функціональні, динамічні, топологічні та інші види моделей. В аксіологічному аспекті можна використовувати різні види моделей.

Ступінь формалізації моделей може варіюватися: від моделей, які не підлягають формалізації до моделей чітко формалізованих. Вибір формальних засобів залежить від двох компонентів моделі: інтерпретації чи інтерфейсного компоненту, що характеризує процес взаємодії з соціальним суб'єктом або автоматизованою системою; сутнісних характеристик, що відображають специфіку фрагмента реальності, який моделюють, закономірності його функціонування, структуру тощо.

Інтерпретація є інструментом, який узгоджує формальну систему та спосіб сприйняття інформації, характерний для соціального суб'єкта. Сутнісна характеристика моделі є відображенням змісту, процесів та явищ реального світу та, на відміну від моделі інтерпретації, застосовує чітко визначені засоби формалізації предметної галузі. Для кожної предметної галузі існує

відповідний діапазон допустимих засобів формального вираження взаємозв'язків реального світу.

До найбільш суттєвих чинників, які впливають на вибір адекватного способу деталізації моделі, належать такі: призначення моделі та мета дослідження (аналітична, прогностична, наукова, кібернетична, управлінська модель); вибірковість дослідження (за допомогою моделі відтворюють систему або процес в цілому або ж їхні окремі аспекти); ступінь повноти знань про систему чи процеси, які підлягають моделюванню; динамічні характеристики системи/процесу, що моделюють; структура системи, що моделюють; умови спостереження; характеристика середовища та параметрів зовнішніх впливів; час, сприятливий для синтезу моделі здійснення обчислень; характеристики системи збору інформації; характеристики системи управління (недоцільно аналізувати динамічні та статичні параметри системи чи процесу, якщо відсутні засоби управління, що забезпечують необхідну швидкість та точність управлінських впливів); характеристики методів, які використовуються для оброблення даних; характеристики платформи, яка використовується для реалізації моделі; характеристики реалізації методів, з урахуванням обмежень технологічної платформи.

Наведений перелік факторів не є вичерпним, проте його достатньо для розуміння того, що модель повинна відповідати певним вимогам, а процес моделювання не є абстрактним та відстороненим. У цілому процес синтезу моделі аксіосфери може бути поданий як процес поступового підвищення рівня формалізації та поетапного просування наукового знання від гіпотези до теорії.

На нашу думку, аксіосферу інформаційного суспільства доцільно досліджувати як відкриту систему, розглядати взаємодії її підсистем, застосувавши синергетичний підхід. Згідно Г. Хакена, синергетика досліджує системи, що складаються з великої кількості частин, компонентів або підсистем, які складним чином взаємодіють між собою завдяки інтенсивному обміну речовиною, інформацією та енергією з навколишнім середовищем [120].

Синергетична методологія спрямована на пізнання нелінійності, відкритості, багатофакторності й вірогідності природного й соціального світу.

Аксіосфера інформаційного суспільства виступає системою з високим рівнем організованості та відкритості, взаємовідношеннями соціального порядку та соціального хаосу, у ній сума властивостей системи більша простої суми властивостей її окремих компонентів, що створює додатковий ефект творчої взаємодії компонентів, який реалізується у віртуальній комунікації. Аксіосфера інформаційного суспільства як синергетична система прагне до самоорганізації, до якісної структурної зміни об'єктивної реальності, впливаючи на неї, внаслідок чого утворюються моделі суспільного розвитку або формуються нові образи соціальної реальності.

Дослідницька парадигма синергетики дозволяє виявити й описати такі особливості аксіосфери інформаційного суспільства: нерівноваженість і нестійкість як стан системи; роль флуктуацій у функціонуванні аксіосфери інформаційного суспільства; відкритість аксіосфери як системи; обмін інформацією з соціумом; нелінійність розвитку; альтернативність напрямків розвитку; внутрішні механізми розвитку аксіосфери як самоорганізованої системи; конструктивність хаосу в процесах самоорганізації.

Використання синергетичного підходу в дослідженні аксіосфери інформаційного суспільства, на нашу думку, дозволяє збагнути природу взаємодії між різними її рівнями й зрозуміти, яким чином аксіосфера як система утворює ті або інші структури соціального буття, проблеми її генезису, роль та місце в житті сучасної людини.

У дисертаційному дослідженні здійснено спробу дослідити аксіосферу інформаційного суспільства з позицій її формування, наративної ідентичності та квазіформ соціальної реальності. По-перше, у поле дослідження потрапили такі аспекти аксіосфери інформаційного суспільства, як: соціально-економічні та політичні передумови трансформації аксіосфери; архітектоніка аксіосфери та її технологічна платформа. По-друге, етичні засади інформаційного суспільства ґрунтуються на постмодерністській інтелектуальній традиції, згідно якої

людина обирає свій шлях, свою мораль та цінності, які відповідають її світогляду і задовольняють конкретні потреби.

Людина інформаційного суспільства відрізняється від людини індустріальної епохи. Якщо остання була елементом соціальної системи, то перша прагне стати нею, вона готова приймати нові виклики та долати нові труднощі. По-третє, інструментом конструювання аксіосфери інформаційного суспільства виступає наративна ідентичність. По-четверте, у контексті наративної ідентичності особливе місце посідає дискурс, який забезпечує циркулювання відповідних цінностей по комунікаційним каналам. Дискурс виконує роль регулятора та мотиватора, у ньому закладено інтенцію популяризувати гуманістичні цінності консенсусного характеру. По-п'яте, у дисертаційному дослідженні зроблено спробу концептуалізувати релігійні, етнічні та національні цінності, консолідуючи їх у релігійну, етнічну та національну підсистеми відповідно.

Під аксіосферою ми розуміємо сферу цінностей та норм суспільства, соціокультурне утворення, яке охоплює ціннісні орієнтації, які забезпечують самозбереження та розвиток соціального суб'єкта у просторі та часі. Аксіосфера – невід'ємний атрибут загальнолюдської культури. Вона є відображенням ціннісного ставлення соціального суб'єкта до світу та світу до соціального суб'єкта. У контексті інформаційного суспільства цінність виступає виміром соціокультурної реальності індивіда, який детермінує його діяльність і поведінку як у соціальній реальності, так і в кіберпросторі. Під природою аксіосфери інформаційного суспільства ми розуміємо її сутність, яка полягає у відображенні буття, безперервному процесі пізнання та оновленні ціннісних уявлень соціального суб'єкта у динамічному інформаційному середовищі. Природа аксіосфери може бути інтерпретована як сукупність умов існування ціннісного світу, суб'єктивної реальності ціннісної свідомості та результатів творчої діяльності.

Висновки до розділу 1

Підсумовуючи вищезазначене, можемо констатувати, що проблема цінностей загалом, а також цінностей інформаційного суспільства знайшла своє розв'язання у широкому спектрі філософських інтерпретацій. Так, найбільш розроблені аксіологічні концепції представлені кантіанським, неокантіанським (В. Віндельбанд, Г. Ріккерт), ірраціоналістичним (Н. Гартман), феноменологічним (Е. Гуссерль), релятивістським (В. Дільтей), соціологічним (Е. Дюркгейм, М. Вебер), ідеалістичним (Г. Мюнстерберг), реалістичним (В. Штерн) та теологічним (Г. Марсель, Ж. Маритен, М. Лоський) підходами. Вітчизняні дослідження, які мають відношення до тих чи інших аспектів аксіосфери інформаційного суспільства, у переважній більшості, відзначаються фрагментарним аналізом означеної проблематики. Як наслідок, на сьогодні немає єдиного наукового погляду на проблему аксіосфери інформаційного суспільства, що актуалізує нові комплексні дослідження даного соціокультурного феномена.

Розглянувши основні концептуальні моделі формування аксіосфери інформаційного суспільства, можемо говорити про наступні передумови означеного процесу: революційний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, глобалізація, тотальна інформатизація й віртуалізація соціальної реальності тощо. Так, науково-технічна революція та інформатизація надала нові можливості для самореалізації й розвитку соціального суб'єкта. Науково-технічна революція прискорила глобалізаційні процеси, внаслідок чого почали виникати нові культурні форми, які продукують нові аксіологічні координати. Глобалізаційні процеси руйнують етнонаціональні бар'єри та інтегрує ціннісне різноманіття у новий комунікативний простір, який релокалізований у віртуальну реальність. Це зумовило демасифікацію суспільної свідомості та трансформацію традиційних структур державного управління, де головним ресурсом влади виступає інформація. Політика покидає стіни адміністративних

будівель і перетворюється на інструмент, який служить не бюрократії, а суспільству, його інтересам, правам та свободам.

У контексті формування аксіосфери інформаційного суспільства доцільно виділити наступні її детермінанти: інформацію, інформаційно-комунікаційні технології та стиль життя. Інформація формує світогляд соціального суб'єкта, вона є його головним капіталом і критерієм у виборі життєвої позиції, оскільки значною мірою визначає ціннісний вибір людини, який відповідає її світогляду та уявленням про своє місце в світі. У свою чергу інформаційно-комунікаційні технології дозволяють аксіосфері набувати нових форм у віртуальній реальності, не втрачаючи зв'язок з традиційними соціальними інститутами. А стиль життя (цілісність індивідуальності – А. Адлер) постає індивідуально своєрідною цілісною системою стійких способів і форм опосередкування особистістю об'єктивних і віртуальних умов життєдіяльності в умовах інформаційного суспільства та кіберпростору. Що ж до архітекτονіки аксіосфери інформаційного суспільства, то вона має "поліархічну" мережеву структуру, що постійно перевизначається конвенціями автономних соціальних суб'єктів. Мається на увазі, що інтеракції соціальних суб'єктів відбуваються через мережу контактів, яка виступає гарантом різноманіття життєвих стилів, а отже й ціннісних орієнтацій комунікантів. Це є однією з головних причин еклектичності аксіосфери інформаційного суспільства.

На підставі існуючих теоретико-методологічних досліджень аксіосферу інформаційного суспільства визначено як складноорганізовану відкриту систему цінностей, інкорпорованих у соціальну реальність і в її віртуальні моделі, основними передумовами формування якої є розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, інформатизація, віртуалізація й глобалізація комунікаційного простору.

Методологічний інструментарій представленої наукової розвідки репрезентований рядом методологічних принципів (всебічності, історизму, причинності, системності, конкретності, методологічного плюралізму тощо), системи філософсько-світоглядних, загальнонаукових та спеціально-наукових

методів наукового пошуку, а також основних методологічних підходів до вивчення аксіосфери інформаційного суспільства. При цьому, враховуючи соціокультурну зумовленість означеного складноорганізованого феномена, у роботі ми дотримувалися ідеї, що кожен окремо взятий принцип, метод чи навіть їх система не може відігравати роль абсолютного пізнавального ідеалу, бо кожен набуває продуктивності лише у межах відповідної сфери. Абсолютизація тієї або іншої методології негативно позначається на дослідженні, що вимагає дотримання принципу методологічного плюралізму, який передбачає визнання залежності методів і принципів пізнання від властивостей, особливостей і завдань суб'єкта.

Таким чином, методологічний плюралізм в дослідженні аксіосфери інформаційного суспільства передбачає можливість ефективного використання різних методів і принципів пізнання, поєднаних за принципом доповнюваності. У цілому ж соціально-філософський аналіз аксіосфери інформаційного суспільства вимагає визначення поняття "аксіосфера інформаційного суспільства" у гранично загальній формі й уможливорює пізнання сутності даного явища, специфіки його функціонування та розвитку, що й буде здійснено у наступних розділах.

РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ВИМІР АКСІОСФЕРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

2.1. Етичні складові аксіосфери інформаційного суспільства

Важливими елементами аксіосфери інформаційного суспільства постають етичні складові, що ґрунтуються на гуманістичному світогляді. Проблему етичних засад і цілісності сучасного суспільства позначили в якості окремого предмету філософського осмислення представники постмодернізму, які для опису соціокультурної реальності сучасності обрали універсальну систему понять, знаків, символів та метафор – метанаратив. Однак, дана проблема своїми витокami сягає інтелектуальних традицій, які передували постмодернізму. У даному контексті доцільно проаналізувати етичну доктрину, що ґрунтується на принципі "найвищого блага". Так, у класичній філософії традиційну ієрархію цінностей очолює цінність найвищого блага. Ця модель ієрархії бере свій початок з вчення Платона, для якого ідея блага перебувала поза матеріальним буттям, у трансцендентному світі. Благо постає як джерело речей об'єктивної реальності.

Така модель виявляється основою для подальших інтерпретацій ієрархії цінностей, зокрема й теорій найвищого блага (*summum bonum*). Нижчі цінності набувають своїх атрибутів від найвищого блага так само як ціннісні образи, що продукують відповідну реальність за подобою форми блага. Ієрархія блага Платона переходить в ієрархію буття Арістотеля та, як наслідок, в концепт Бога в середньовічній філософії, для якої Бог є найдосконалішим створінням, він виступає джерелом життя на землі. Так, відомий мислитель середньовічної філософії А. Августин використовував цю модель для підтвердження ідеї про те, що усе добро йде від Бога, якого він ідентифікував з найвищим благом. Концепція найвищого блага суттєво вплинула й на історію усієї

західноєвропейської етики. У цій моделі абсолютно усі цінності повинні бути узгоджені з верховною цінністю, а їх атрибути зумовлені найвищим благом. Від середньовічного теоцентризму відрізняється антропоцентризм епохи Відродження, для якого людина була центральним елементом ієрархії цінностей. Він досяг свого апогею, втілюючись у атеїстичних формах гуманізму. Таке історичне зрушення поклало початок суб'єктивізації цінностей. Суб'єктивіська етика була прямим наслідком християнської етики, яка вбачала гріх більше в намірах, а не в діях. Акцент на намірі не був випадковим та мав релігійне підґрунтя, оскільки теоретично гріх неможливо приховати від всюдисущого Бога.

У цьому контексті це крок від хорошого вчинку, але неправильного мотиву до внутрішнього наміру, як критерію цінності, дії та звідси до внутрішнього, як до своєрідного етичного начала майже усіх сучасних етичних доктрин. Етика самодостатності, характерна для стоїцизму, була лише "прологом" до етики Еґо в сучасній філософії суб'єкта. Самодостатність на фоні соціальних змін була трансформована в суб'єктивізм цінності. Такий принцип в етиці був реалізований в ізольованому раціональному Еґо. Елліністична інтерналізація цінності була посилена метафізикою суб'єкта, наділеного знаннями та здатного осмислювати реальність в аксіологічних категоріях. Роль цінності була зведена до регулятора поведінки суб'єкта в межах певної спільноти. Суб'єктивізація цінності є центральною темою сучасної аксіології. До того ж, вона викликає філософські полеміки, котрі порушують актуальні питання, пов'язані з істинними цінностями, їх природою та псевдо цінностями.

Етична доктрина, яка відповідає принципу "найвищого блага" – це моністична доктрина, згідно якої в основі релігійного, економічного, політичного та культурного життя лежить одна верховна цінність. Наприклад, ієрархічні форми християнської аксіології відтворюють ідеї Арістотеля щодо поняття істинної цінності. Цінність життя людини залежить від волі Бога і тому вона, як Боже створіння, не має абсолютної цінності,

оскільки людина – це творіння Бога. Цінність людини обумовлена ззовні, волею Бога, вона не може бути суб'єктивованою попри безкінечність та безмежність людської душі у християнстві.

У сучасній філософії суб'єкта можна розглядати як єдине джерело цінностей. Суб'єктивіська етика практично усе зводить до егоїзму, для носія цінностей найважливішими є його власні почуття, емоції, бажання, інтереси та задоволення потреб. Цінність суб'єктноорієнтована: цінність – це цінність для мене, а для мене вона є верховною.

Однак, утилітаристи відзначали, що суб'єктивіські теорії цінностей не можуть апелювати до вічних принципів, тому що останні універсальні та нормативні, у той час як задоволення та бажання випадкові та індивідуальні категорії. Зважаючи на це, з позицій сучасної філософії, суб'єкт не може самостійно генерувати моральні норми. Обов'язок, як категорія моралі, зумовлений зовнішніми, а не лише внутрішніми факторами. Духовні цінності є важливою проблемою для сучасної філософії, розв'язання якої ускладнене, в першу чергу, тривіальним редукціонізмом моральних норм [172].

Різновидом принципу "найвищого блага" можна вважати концепт "божественної моралі" (Divine Command Morality). Релігійний аспект цього концепту надзвичайно важливий. У його основі лежить поняття "божественного суверенітету" та "божественної свободи", Бог є всемогутнім правителем Всесвіту. Ніхто не може диктувати свою волю, він чинить так, як вважає за потрібне. Унаслідок численних дискусій релігійного та філософського характеру було виявлено суперечливість в розумінні даного принципу. З одного боку, воно пов'язане з природою діяння Бога, з іншого, – з аксіологічними засадами цього діяння, його доброчинністю та моральністю.

Релігійна криза, що почалася ще в пізньому модерні, особливо гостро відчувалася на стику модерну та постмодерну. Припущення про те, що Бог трансцендентний, а його воля – верховна та безмежна, спонукало деяких сучасних філософів переосмислити та трансформувати концепт "божественної моралі" на користь індивідуальної свободи соціального суб'єкта. Вони шукали

способи обмежити свободу Бога, заявляючи про те, що є дещо, закладене в його природу та здатне запобігати деяким діям, адже Бог доброчесний, він не карає невинних людей.

Така позиція спростовує концепт "божественної моралі", згідно якого Бог детермінує добро та зло, котрі, у свою чергу, слугують мотивом його діянь. Якщо добро та зло залежні від божественної волі категорії, то поняття доброчесного Бога не допоможе розв'язати певні аксіологічні проблеми, оскільки можливі й божественні діяння, що суперечать суспільним потребам. У цьому випадку принцип "божественної моралі" несумісний з характеристикою Бога, як джерела істинного добра та благодіяння. Унаслідок цього, виникла потреба сформулювати іншу версію означеного концепту, котра б оперувала однією групою моральних концепцій, аксіологічною чи деонтологічною.

Принцип "божественної моралі" стосувався усіх моральних концепцій, оскільки ґрунтувався на релігійній інтуїції, яка розглядала абсолютно все, як залежне від Бога. Нова версія принципу пропонує обмежити божественну мораль деонтологічними концепціями та декларувати моральну позицію як імператив, а не оцінку, котра виражає або схвалення, або осуд, тобто правильний чи неправильний вчинок залежить від Бога, але хороший він чи поганий вже від людини.

У цьому контексті очевидно є певна суперечність між моністичною та плюралістичною доктринами. Згідно першої, усі моральні концепції походять від одного джерела, згідно другої, одні концепції походять від божественної волі, інші – від інших джерел. Багато філософів артикулювали ідею про те, що моральні цінності різноманітні й не можуть бути зведені до однієї конкретної категорії. Наприклад, права – до утилітарних міркувань, а ідеали самореалізації – до певного виду обов'язку. Для уникнення подальших наукових дискусій було запропоновано розглядати деонтологічні та аксіологічні концепції як такі, що мають різні джерела походження. Нова версія принципу "божественної моралі" припускає, що, по-перше, Бог доброчесний та діє в інтересах своїх

створінь та свого світу, по-друге, її застосовують лише по відношенню до деонтологічних концепцій.

Ця версія була прийнятною, хоча й зазнала певних коректив, зокрема добродісного Бога було замінено на його любов. З точки зору концепту "божественної моралі", характеристика Бога, як такого, який любить, має суттєву перевагу, оскільки любов є природною властивістю. Не закон чи обов'язок, а природа, сутність Бога зумовлює любов до своїх створінь, не якісь зовнішні чинники, а внутрішній фактор. Крім того, філософи не заперечують добродісність Бога, вони характеризують її через категорію любові. До того ж, визнають й те, що деякі аксіологічні концепції не залежать від волі Бога [178, с. 49 – 50]. Сутність такого бачення концепту "божественної моралі" полягає в тому, що любов не пов'язана з дотриманням моральних законів, хоча й не виходить за межі моралі.

Таким чином, класична та рання модерністська етична теорія були теїстичними. Незважаючи на те, що різні філософські школи мали різні погляди на деякі аспекти етизму, все ж більшість мислителів погоджувалася з тим, що мораль була санкціонована божественною силою, а моральні принципи були частиною "світової фабрики". У межах теїстичної парадигми не виникали питання, характерні для сучасної філософської рефлексії: наскільки моральні твердження правдиві, чи мають вони якесь значення для діяльності людини, чи можуть філософи забезпечити належну мотивацію добродісного життя та ін.

Етична теорія модерну зазнала поразки по відношенню як до морального реалізму, так й до моральної мотивації. Це пов'язано з відхиленням від теїстичного світогляду. Об'єктивність моральних принципів ґрунтувалась на моральному реалізмі, згідно якого нормативні моральні цінності існують у природі речей. Така точка зору була сформульована ще Платоном, як частина його теорії про існування ідеальних форм. Однак, рішення про надання етичній теорії автономного статусу та звільнення її від будь-яких форм теїзму, зокрема філософського теїзму Т. Аквінського, Дж. Берклі та Г. Ляйбніца, ознаменували відхід від ідей Платона.

Передумовою кризи сучасної етики, на думку багатьох філософів та теологів, є заперечення морального реалізму. Зокрема, вчені так пояснюють відмову від морального реалізму: труднощі споглядання об'єктивності цінностей є вагомою причиною вважати, що вони такими не є. Крім того, проблема була ускладнена так званим "аргументом незвичності", який мав метафізичний та епістемологічний виміри. Метафізичний аспект залежав від ймовірної атеїстичної доктрини, він не допускав того, що теологічну доктрину взагалі можливо раціонально обґрунтувати.

Що ж до епістемологічної частини аргументу, то все, що ми знаємо про світ, окрім знань про наш досвід, здобутих під час самоаналізу, бере початок з чуттєвого сприйняття. Внаслідок чого ідея про моральні принципи, як такі, що відомі нам завдяки надзвичайному дару, як окрема аксіома, філософами відкидалась (окрім, звичайно, категоричного імперативу І. Канта). До того ж, в основі їх заперечення морального реалізму лежало три проблеми: де існують цінності у світі без Бога, як ми сприймаємо ці цінності та яка форма вираження таких цінностей та механізми їх впливу.

Проблема моральної мотивації пов'язана з так званою "святою реальністю", як іманентним благом. У традиційних культурах абсолютну мотивацію морального життя забезпечувала "свята реальність", генеруючи обов'язок та примушуючи його виконувати та дотримуватися імперативних моральних норм. Унаслідок того, що етика модерну відірвана від "святої реальності", а етичні інтенції обмежені, виникає питання мотиваційного начала життєдіяльності людини. У цьому контексті марксизм артикулював ідею економічного детермінізму.

Проблеми етичної теорії намагався розв'язати видатний математик, логік та філософ А. Уайтхед. Він сформулював онтологічний принцип: все повинно десь бути; це "десь" означає те, що реально існує, тому й потенціал Всесвіту повинен бути. Поняття буття – це те, яким чином абстрактні об'єкти можуть бути елементами апріорної природи Бога. Абстрактні об'єкти можуть також бути й дієвими, незважаючи на їх ідеальне існування, тому що апріорна

природа Бога є гарантом реалізації усіх ідеалів на практиці. Нормативні цінності ж належать до сфери абстракцій суб'єктивного мислення. На думку теоретика, Всесвіт містить у собі деяке джерело ідеалів – іманентне божество. Для того, щоб охарактеризувати моральний досвід, філософи повинні артикулювати свої ідеї в межах теїстичної парадигми, проте це не означає повернення до традиційного теїзму з його жорстким догматизмом та ієрархією. Крім того, А. Уайтхед запропонував ідею, згідно якої ми здатні усвідомлювати та пізнавати божественну реальність безпосередньо.

На противагу Ч. Лармору та Б. Вільямсу, А. Уайтхед стверджував, що ми можемо усвідомлювати моральні норми тим способом, який ми розділяємо з іншими створіннями та завдяки якому ми дізнаємося про зовнішній світ, причинно-наслідкові зв'язки, минуле та теперішнє ми не потребуємо спеціальної інтуїції. Мислитель заявляв, що необхідно відновити гуманістичну платформу ідеалів, які ґрунтуються на повазі до людини, культивувати та пропагувати цю повагу, активно апелюючи до милосердя та співчуття. На його думку, моральна мотивація ефективна в межах релігійної парадигми [Цит. за: 159]. Запропонувавши оригінальну концепцію, йому вдалося віднайти баланс між раннім модерністським теїзмом та пізнім модерністським атеїзмом.

Представники постмодерністської парадигми стверджують, що технології призводить як до трансформацій соціальних структур, так й до певного роду "ментальних" та "моральних" мутацій. Динаміка глобальної культури, взаємозв'язок та взаємозалежність між суб'єктами комунікації вимагає турботи про тих, хто далеко від нас, а тому турботу доцільно розглядати як центральний елемент нової моралі. Моральний кодекс сучасної людини ґрунтується на системі поглядів та переконань відповідної культури. Проте, втрата віри призводить до глибокої моральної кризи. Передумовами появи сучасних етичних концепцій були прийняття Загальної декларації прав людини та культурні рухи, які пропагували ідею рівності усіх людей. Крім того, духовність поступово втратила зв'язок з етикою та мораллю, а релігія перестала бути єдиною детермінантою моральних норм [182, с. 129 – 130].

Постмодернізм прийнято вважати своєрідним викликом інтелектуальним ідеалам модернізму, які ґрунтувалися на принципах об'єктивності, універсальності та трансцендентності. Першочерговим завданням було дослідити витoki та передумови усіх відомих науці феноменів. У постмодернізмі ж можна виділити п'ять ключових тем: критика присутності; критика першопричини; критика єдності; критика трансцендентності; проблема інобуття. Філософи приходять до висновку про те, що якщо модернізм був маніфестом людської впевненості, то постмодернізм це, деякою мірою, відчай та стриманість, оскільки ніде немає правди, немає й привілейованої цивілізації (культури, вірувань, норм, стилю), лише численні культури, вірування, норми та стилі. Також немає єдиного правосуддя, лише інтереси та конкуренція між соціальними кластерами. Немає і єдиного метанаративу людського прогресу, лише незліченні історії, у яких перебувають суспільства та культури. Критика об'єктивності теоретиками постмодернізму подана як гіперрелятивізм. Американський філософ Н. Решер, наприклад, заявляє, що "постмодернізм приймає все, що відбувається навколо як "тренд дня", де істина та сила переконання просто химери, створюючи атмосферу комфортного самообману" [176, с. 43].

Постмодернізм репрезентує різноманітні філософські концепції та етичні теорії, згідно яких людина обирає свій шлях, свою мораль та цінності, які відповідають її світогляду та задовольняють її потреби. Постмодернізм може бути поданий як "моральне свавілля": якщо один аргумент не підходить, людина відкидає його та приймає лише той аргумент, який відповідає її, часто меркантильним, інтересам. Характерним для постмодернізму є протистояння телеологічного та деонтологічного етичних підходів. Згідно першого, мета виправдовує засоби, згідно другого, процес визначає хорошим чи поганим є вчинок.

У культурі постмодерного суспільства поширеною є етика утилітаризму, який передбачає радикальну зміну сутності категорій "хороший" та "поганий" у певному соціальному контексті, оскільки з

позицій постмодернізму моральних абсолютів не існує. У цьому й полягає парадокс постмодернізму, його еклектичність та імпліцитний дуалізм. Цей парадокс сучасні філософи експлікують крізь призму епістемологічного релятивізму та антифундаменталізму. Проблема полягає у тому, що традиції морального релятивізму можуть варіюватись як в межах однієї культури, так й на міжкультурному рівнях, унеможливлюючи встановлення єдиних етичних стандартів.

Згідно епістемологічного релятивізму, немає абсолютної істини та природного закону, оскільки реальність відносна щодо світогляду людини. До того ж, епістемологічний релятивізм не визнає можливості існування потенційної правди за межами сфери людського досвіду. Антифундаменталізм заперечує так звані основні принципи, а отже, й моральні абсолюти та природний закон. Основний принцип антифундаменталізму – базових принципів немає [168, с. 11].

Метанаратив постмодернізму існує у формі лінгвістичних структурних одиниць, які виражають певну ідею. Структурно він нагадує короткі історії, котрі під час комунікаційного процесу розпадаються на менші компоненти, призначення яких – передати їх суть головної. У контексті питання метанаративу постмодернізму розглянемо поняття "морального ресурсу", який запропонував американський вчений Р. Медсен. Він використовував цей термін для позначення різного роду культурних артефактів, таких як релігійні вірування та спеціальні практики, що склалися історично та утворюють єдину систему вірувань, на підставі якої люди можуть приймати життєво важливі рішення [171].

Звичайно поняття "морального ресурсу" є одним із базових в архітектоніці аксіосфери інформаційного суспільства. По-перше, мораль повинна на чомусь ґрунтуватись. У сучасних суспільствах моральні ресурси можуть набувати форм цитованих тверджень авторитетних мислителів, наукових теорій, віртуальних спільнот тощо. По-друге, моральні ресурси можуть бути об'єднані усередині морального тезаурусу з метою формування

нових моральних норм. По-третє, те, що формує моральний ресурс, має досить широкий діапазон, який варіюється в залежності від того, що група визнає пріоритетним, а що – другорядним. Це можуть бути традиційні священні об'єкти, конкретні книги, історичні постаті, наукові відкриття тощо.

Моральний тезаурус поданий як деякий етос моральної свідомості та стиль життя, який охоплює не лише конкретні форми моральної аргументації, а й конкретні символи, знаки, слова та інші ресурси. Тобто, це система значень, сенсів, які розділяє та яких дотримується певний соціальний рух або субкультура, проте вони можуть частково проникати й у суспільство в цілому.

Моральні тезауруси можуть бути рестриктивними та експансивними. Рестриктивні моральні тезауруси – це, у першу чергу, певні моральні права та/або заборони, що, переважно, стосуються однієї сфери діяльності та не поширюються на інші. Експансивні моральні тезауруси популяризують форму моралі, яка в подальшому може стати стилем життя, тобто життя прибічника цієї форми моралі може бути повністю зосереджене навколо такого морального тезаурусу, який суттєво впливає на прийняття більшості його життєвих рішень.

Так, для Ж.-Ф. Ліотара модерн є епохою панування "великих метарозповідей" ("діалектика духу", "емансипація людини", герменевтика смислу" тощо), які намагалися обійняти статус універсально легітимних. Епоха постмодерну – це епоха недовіри до мета розповідей, їх делегітимації, вивільнення "мікронаративів", що не зазіхають на загальновизнаність і використовуються лише ситуативно. Загибель мета розповідей надає простору різноманітним мовним іграм, що не мають поміж собою нічого спільного й існують лише в межах власних сфер релевантності [76, с. 397].

Сучасність продемонструвала крах подібних планів та їх негативні наслідки: війни, тоталітаризм, геноциди, тероризм. Метанаративи не виправдали покладених на них сподівань, вони проголошували свободу, але не змогли її дати повною мірою. До того ж, ринок не звільнив людство від бідності. Права та свободи людини були повністю втиснуті у конкретні

соціальні ідентичності. З іншого боку, універсальність метанаративів слугувала головною причиною їх занепаду. Втрата віри в них також була обумовлена й численними інноваційними технологічними розробками. Соціальна взаємодія у світі постмодерну відбувається поза межами сфери раціонального.

Проте, це зовсім не означало, що суспільство позбавлене авторитетних наративів. Крах метанаративів не призвів до кінця інших історій. Хоча, вони й не такі масштабні, проте все ж життєво важливі. Ж.-Ф. Ліотар порушує й проблему "Я", яке у постмодернізмі апелює не до Бога, а до безкінечних начал. Ідея єдиного "Я" остаточно втрачена.

Сьогодні "Я" розчиняється у соціальних мережах та складних схемах суспільних відносин. Жити – значить блукати у віртуальному просторі, граючи у мовні ігри, які не пов'язані між собою. Деякі філософи піддають сумніву етичність поглядів Ж.-Ф. Ліотара. Проте, він не сповідує ані етичного, ані політичного нігілізму. У парадигмі постмодернізму все ж залишається місце для справедливості. Цінність справедливості не вийшла з моди, але вона уже не пов'язана з традиційним консенсусом, який виступає як визнана узаконена цінність.

Сучасний західний теоретик Дж. Мілбанк не підтримує думку Ж.-Ф. Ліотара про кінець епохи метанаративів та пріоритетність малих наративів в житті суспільства. Вчений наголошує на необхідності метанаративів для сучасної цивілізації. Однак, відродження метанаративу не означає повернення до того, що було раніше, наприклад, це не можуть бути теоретичні наративи Г. Гегеля та К. Маркса. Суттєва різниця між концепцією метанаративу Дж. Мілбанка та метанаративами цих мислителів полягає в тому, перший усвідомлює фіктивність свого метанаративу.

Дж. Мілбенк розглядає метанаратив як неминучу фатальність, до якої треба бути готовим. На його думку, теологія, як абсолютний метанаратив, детермінує інші дискурси. Якщо немає метанаративу, то утворюється критичний резерв, незалежний від Бога, який згодом досягне свого апогею у формі нігілізму. Аби уникнути нігілізму, теологія повинна відповідати статусу

метанаративу. У цьому контексті теологічна конфігурація полягає в співучасті, яка з'явилася ще у Платона та була розвинута християнством. Співучасть відмовляється від резерву, проте дозволяє фінітним речам їх власну інтегрованість. Це означає, що кожна сфера знань повинна виникати у межах теологічної перспективи, аби не бути позбавленою своєї основи.

Якщо метанаративи розглядати як соціальні конструкти, то, подібно абстрактним етичним системам, вони є етичними концепціями, яким надано універсальний статус. Метанаративи постають як "імітація абсолютної істини, за допомогою якої людство нав'язує власний порядок Всесвіту та історії" [164, с. 67]. Унаслідок цього виникає питання про моральність таких метанаративів, їх цінність та вплив на суспільний прогрес.

Таким чином, етичні складові аксіосфери інформаційного суспільства репрезентовані комунітариськими, утилітариськими та релятивіськими тенденціями. Тобто, соціальний суб'єкт прагне оточити себе тими об'єктами та суб'єктами, які можуть принести йому найбільшу користь та сприяти досягненню поставленої мети з максимальним результатом та мінімальними затратами ресурсів. Утилітаристський погляд на життя заперечує "високі матерії та наміри", зменшуючи роль духовних цінностей у житті людини. Однак, у інформаційному суспільстві егоїстичний розрахунок слугує способом адаптації індивіда до мінливого інформаційного середовища.

Утилітаризм загострює у людини інстинкт самозбереження. Одночасно утилітаристський підхід призводить до дезінтеграції та конфронтації усередині суспільства, у якому відбувається постійна боротьба за кращі ресурси. Що стосується релятивізму, то він не визнає можливості існування істини поза сферою людського досвіду, а соціальний суб'єкт конструює реальність на основі власних суб'єктивних поглядів і переконань, які є значущими лише в межах конкретних систем координат.

2.2. Наративна ідентичність як поліваріантний субстрат аксіосфери інформаційного суспільства

Глобалізаційні процеси, перетворення в економічній, політичній сферах, широке впровадженням інформаційно-комунікаційних технологій, що характеризують сучасний етап суспільного розвитку, гостро поставили питання про систему цінностей, зумовили відповідні трансформації як соціальних відносин, так і внутрішнього світу людини. Такі зміни норм поведінки і життєвих шляхів, цінностей та ідеалів розкривають в новому світлі проблему ідентичності. До того часу як людина потрапила в інформаційно-знакове середовище основою її ідентифікації була національна культура. Але в умовах розвитку глобалізаційних процесів інформаційно-комунікативний простір наповнюється елементами різних культур і, відтак, володіє майже безмежними можливостями впливу на життєвий світ кожної людини, на її місце у віртуальній, соціальній реальностях і, відповідно, здатний трансформувати ціннісно-сміслові системи, які складають основу світогляду кожного окремого індивіда. За таких умов особливої гостроти набувають проблеми ідентифікації особи, адже в результаті активного оволодіння людиною штучних інформаційно-комунікаційних середовищ змінюються структури її свідомості, сприйняття реального світу.

"Мінливість" і "множинність" як основні характеристики соціокультурних процесів сучасності зумовили формування припущення щодо неможливості "людського Я" в якомусь одному прояві чи значенні. З цього приводу вітчизняний дослідник А. Артеменко зазначає: "Своєрідний софістичний капкан справжності (чи то доктора Джекіла, чи містера Хайда) порушив головний принцип самості, на якому наполягав ще Ф. В. Й. Шеллінг – здатність створювати єдність. Юмівське "Я" – "республіка Я-образів", так само як і "образи гри" Й. Хейзінги, і "відповідність узагальненням інших" Дж. Міда, у яких міститься не одна особа, а множина соціальних рольових відтворень –

усе це створило ілюзорну множинність самоідентифікації, яка мала б "кріпитися" до певної самоті, на якій створюється єдність" [7, с. 14].

У "Теорії ролей" Р. Тернера і Х. Беккера з її положенням про множинність ідентичності, а також у концепції "сцени" Е. Гоффмана з ідеєю дистанціювання між "індивідуальністю" і "особою" феномен ідентичності отримує інтерпретації "віддзеркаленого Я" або "віддзеркаленої самоті", своєрідної проекції соціального оточення на самого себе. Процедура самовизначення зводиться не до складної процедури створення єдності, а до спрощеної ідентифікації – підбору якостей і властивостей, які вважаються корисними в сьогоденних умовах [7, с. 15]. Таким чином, "Я" перетворюється на набір корисних властивостей, які ситуаційно вибираються людиною. Вона постає як поліваріантність моїх потреб і потреби мене в суспільстві. Я-образи – це відповідність типу, набір для класифікації, майже механічна сумісність із "загальним обов'язком", який забезпечує ширші засновки мого "Я існую". Людина втрачає самодостатність у ідентифікації, бо це вже не створення, а приєднання до визначеної або кимось запропонованої множини. Зміна норм поведінки і життєвих правил зумовлює появу ідентичності як дискурсу, що відіграє роль механізму конструювання певної реальності (віртуальної, соціальної тощо). Таку ідентичність сучасні мислителі позначили наративною.

Поняття "наративна ідентичність" у філософський дискурс було введено французьким філософом П. Рікером. Аналіз даної проблематики є стрижневим у його філософській спадщині. Він розрізняє ідентичність у розумінні "аналогічності" (ідентичність *idem*) і "тотожності" (наративна ідентичність *ipse*). Перша – пов'язана з незмінними формами самовизначення, тобто це турбота про себе, "Сам" у значенні "тотожний собі", безпосередня істина і остання підстава "Я є" [86, с. 27]. Ця ідентичність визначає "Я" як унікальність, що не розчиняється у видових чи родових ознаках, звичках чи приналежностях до груп.

Наративна ідентичність формується в межах порівняння і потребує певного оточення, зовнішнього фону, "Іншого" для самовизначення "Я". Вона

розкриває себе як "діалектика самості і тотожності". Цей тип ідентичності постає у статусі події (як механізму оцінки себе) та оповіді (як узгодження з оточенням) [86, с. 171]. Наративна ідентичність пов'язана із символічним конструюванням образу себе в оточенні речей і подій та проявляється у формі оповіді, яка має промовця і слухача. Її завдання полягає в репрезентації "Я" у зрозумілій для оточення формі. У такому разі оповідь потрапляє в залежність від певного порядку, символічних процедур, яких ми дешифруємо себе через мову, інститути мовлення, які доступні й зрозумілі для оточення. Таким чином вона набуває ознак дискурсу, що відкриває оповідача слухачеві через висловлювання. Саме тому вона мусить відповідати процедурам класифікації, упорядкування, розподілення, що вписують її в оточення й узгоджують з необхідними зовнішніми чинниками "інший", "відмінний", "чужий" [7, с. 15 – 16]. Суть її полягає в тому, що через наратив передається набір прагматичних правил конституювання соціальних зв'язків.

Тобто наративна ідентичність – це прояснення себе оточенню, що перетворює таке самовизначення на ідеальну комунікативну ситуацію, котра конституюється відповідними техніками й інструментами самого мовлення. Вона приречена на існування в стані нескінченного формулювання нових смислів. У цьому сенсі можна говорити про заміну індивідуальної ідентичності груповою.

Що ж до наративного підходу, то теоретики вважають його найбільш ефективним способом пізнання дійсності, тому що він давав змогу вивчати особливості багатогранного людського досвіду. Так, теологи використовують досвід християнської віри, а не логіку для обґрунтування існування Бога. Індивідуальні життєві історії пояснюються крізь призму значень, поданих в історії життя Ісуса Христа та християнської церкви. Наративи є складною організаційною схемою, котра залучає агентів та упорядковує події у часовій послідовності. Здатність трансформувати минулий досвід у смислонаповнені історії формує відповідну ідентичність.

У цьому контексті відомий теоретик комунітаризму Е. Макінтайр зазначає, що для розв'язання проблеми свободи та необхідності недостатньо апелювати до абстрактної причини, варто розглянути системи цінностей та вірувань, вбудованих в архітектуру конкретних суспільств. До того ж, на думку мислителя, сучасна ліберальна теорія зазнала краху у своїх претензіях на моральність та справедливість. Він звертається до концепції наратива. По-перше, зрозуміти значення поведінки індивіда або ж фрагментів його мовлення можна, якщо помістити їх у відповідні контексти його життєвої історії. По-друге, зрозуміти значення політичних концептів можна, якщо помістити їх у контексти соціального та політичного життя суспільства.

Людський досвід за своєю формою є наративом, а люди, якщо говорити про їх вчинки та вміння, є істотами, які розповідають історії. Здатність розповідати про свій життєвий досвід надає сенс персональній ідентичності, співвідношення життєвого досвіду з розширеним наративом дозволяє екстраполювати ідентичність на інших. Це має важливі наслідки політичного характеру, оскільки ті, хто не може ідентифікувати себе з панівним наративом, почувають себе аутсайдерами. Співвідношення наратива та ідентичності порушує й проблему визнання, якій часто не приділяють належної уваги в політичній теорії [137].

Про проблему ідентичності можна говорити як про проблему спроб дати пояснення тих особливостей світобудови, що, з одного боку, відображають його одноманітність, а з іншого – його різноманіття та зміни. Відомий теоретик прагматизму В. Джеймс, до прикладу, характеризує феномен ідентичності індивіда як "вроджений центр його особистої енергії". Мислитель використовує поняття "усвідомленої персональної ідентичності" у значенні подібності, котра зумовлена схожістю та послідовністю наших почуттів, а не фактів [35]. Згідно В. Джеймсу, стабільна самоідентичність виникає із цілісності "Я", як суб'єкта пізнання. Автор теорії символічного інтеракціонізму Дж. Мід підходить до поняття "Я" з позицій соціальної психології та розглядає ідентичність індивіда крізь призму "Самості" (постійний момент унікальної індивідуальності) та

"Іншого" (визнання значимості інших) [73]. Це початкова форма бачення двох аспектів індивідуальної ідентичності, самосприйняття та сприйняття інших. Для нього походження власного "Я" є соціальним феноменом. Ми не можемо усвідомити себе іншими способами, окрім як через визнання іншого для нас.

Для американського психолога Е. Еріксона поняття ідентичності асоціюється з постійною одноманітністю усередині самого себе та постійним розділенням деякої суттєвої характеристики з іншими. Він розумів ідентичність як процес організації життєвого досвіду в індивідуальному "Я", що забезпечувало його динаміку протягом усього життя людини. Теоретик пов'язував ідентичність із переживанням індивідом себе як цілого і визначав її як постійну внутрішню рівність із собою в безперервності самопереживань індивіда. Дослідник вказує на принципову важливість для людини потреби у визнанні й належності до чогось. Ідентичність дозволяє співвідносити свої здібності із соціальними можливостями, які надаються суспільством. Тому ідентичність постає як особистісний конструкт, який відображає внутрішню солідарність людини з соціальними, груповими ідеалами і стандартами.

Цим самим, на відміну від традиційного погляду на існування якісної відмінності між індивідуальною та колективною ідентичностями, Е. Еріксон стверджує, що вони є двома сторонами єдиного процесу. Одна ідентичність не існує без іншої, обидві вони за походженням соціальні. У випадку індивідуальної ідентичності підкреслюються відмінні характеристики індивідів, а у випадку колективної – навпаки. Стабільність ідентифікації забезпечує здатність людини досягати гармонії між власною уявою про себе та уявами інших, між індивідуальними та соціальними "Я".

Проте адаптація є динамічним процесом, оскільки у процесі розвитку людей їх ідентичність начебто "випробовується" реальністю змінюваного світу, звідси і можливість кризи. Криза в розвитку як індивіда, так і соціальної групи – це фрустрація, депресія, агресивність, внутрішній конфлікт. Більше того, криза – це етап на шляху саморозвитку особи або спільноти до набуття нової, більш зрілої ідентичності. Цим самим Е. Еріксон підкреслює тісний

взаємозв'язок кризи ідентичності з кризою суспільного розвитку. Криза ідентичності відбувається тоді, коли розпадаються ідеали й цінності, які лежать в основі раніше домінуючої культури [127]. Конструктивність кризи полягає в тому, що за певних умов вона є джерелом позитивних змін. У цьому зв'язку Е. Фромм говорить про те, що розпад традиційних спільнот й атомізація соціуму змушують особу обміняти придбану свободу на відчуття (навіть ілюзорне) безпеки й належності до групи [115, с. 20].

Німецький філософ, представник комунікативної філософії Ю. Габермас теж працював над проблемою ідентичності. На думку філософа, про Я-ідентичність можна говорити, коли суб'єкт досягає певної зрілості, такої стадії розвитку, котра дає йому змогу розпізнавати принципи та інтерпретувати потреби. Я-ідентичність та комунікативна компетенція в Ю. Габермаса виступають синонімами [118.]. Деякі вчені погоджуються з тим, що соціалізовану частину "Я" доцільно називати ідентичністю. Ідентичність формують через процес взаємодії з іншими, оскільки вона є результатом взаємодії процесів ідентифікації та самоідентифікації. Ідентичність можна також охарактеризувати, як набір складних, інтегрованих відношень індивіда до себе та інших.

Ідентичність формується усередині суспільства та підтримується завдяки фактору визнання іншими. Тому кожна персональна ідентичність охоплює певний колективний вимір. Такі колективні ідентичності розробляють сценарій, за яким інші люди пишуть історії свого життя. Зауважимо, що подібні сценарії часто пропонують ті, хто наділений владою, до того ж, такі сценарії у минулому часто мали негативний контекст. Наприклад, сценарії, нав'язані колись жінкам або ж афроамериканцям, передбачали статеву та расову дискримінацію та не гарантували ані визнання, ані поваги з боку інших громадян.

Функцію посередника між тотожністю та індивідуальністю виконує наративна ідентичність. Вона коливається між двома полюсами ідентичності та інтегрує динамічні елементи у часову структуру. Наративна ідентичність – це, у

першу чергу, ідентичність персонажа, фігура фабули, котра реалізує сюжетні лінії. Фабула ж синтезує гетерогенні елементи, комбінуючи гетерогенні фактори у пов'язані між собою сюжети та події, щоб створити наратив. Вона повинна забезпечувати цілісне сприйняття та розуміння історії. Наративна ідентичність також дозволяє інтегрувати в узгоджену часову структуру й різні, частково суперечливі, обставини та досвід, тим самим надаючи можливість окреслити ідентичність суб'єкта з його динамічними інтенціями. Потрібно враховувати й те, що "Я" не можна досягнути як без соціальних ідентичностей, так й без трансформаційних процесів, тому у співвідношенні з історією ідентичність суб'єкта завжди експлікується діалектично.

Важливим структурним елементом наративної ідентичності є ідеологія. Ідеологію можна розглядати як текст, створений з різних концептуальних фрагментів, що відстежуються та ідентифікуються за допомогою дивергентних історій. У цьому випадку важливо визначити, що є цінним, а що може бути залишене осторонь. Ідеологія має справу з системою ідей, зокрема соціальними, політичними та релігійними ідеями, які розділяє деяка соціальна група або рух. Комунізм та антикомунізм, соціалізм та лібералізм, фемінізм, расизм, пацифізм, мілітаризм є прикладами поширених ідеологій, які можуть бути позитивними або негативними та залежать від індивідуальної, або соціальної ціннісної системи координат. Члени групи, які дотримуються ідеології, дотримуються загальних ідей, які конституують базис для більш специфічних поглядів та вірувань про світ, координують процес інтерпретації подій та контролюють суспільні практики.

Ідеології постулюють, яким повинен бути світ та/або детермінують світобачення суб'єкта. Вони претендують на статус довготривалого, всеохоплюючого проекту. При цьому, як справедливо зазначає вітчизняна дослідниця феномена ідеології В. Корабльова, – "ідеологію у XX ст.. хоронили двічі. Спочатку політичні праві на чолі з Д. Беллом проголосили "кінець ідеології", пояснюючи свій вердикт крахом тоталітарних проектів, що підтвердило безальтернативність "західного", або "розвиненого" способу життя,

який репрезентує світоглядно-цивілізаційний "пакет" з лібералізму, демократії, ринкової економіки та прав людини.

Ідеологія не може існувати без свого Іншого – так ідеологія-переможець, розтягуючись до масштабів усієї цивілізації, втрачає ідеологічну сутність. Другий удар завдав французький постмодернізм, який витлумачував ідеологію як різновид метанарації, якому іманентні логоцентризм, тоталітарність, метафізичність та інші вади "великих оповідань". Це інерційний спадок суспільства Модерну, не релевантний станові постмодерну, тож концепт є незастосовним до сучасного суспільства. Обидва напрями обговорюються здебільшого в минулому часі, тож гострота їхньої аргументації наразі є сумнівною" [53, с. 113].

Однак, поширеним підходом у розумінні ідеології тривалий час був субстанційний погляд на означений феномен. Тобто поняття ідеології передбачало врахування атрибутивних характеристик ідеологічних положень (істинність, помилковість, логічність, алогічність; реальність, абстрактність тощо). Такі характеристики можуть бути важливими для певних цілей, проте не для демонстрації специфіки ідеології як суспільного явища. Основною особливістю ідеології у соціально-філософському контексті є її функціональна роль у соціальних системах.

Ідеологія як соціокультурний феномен за своєю природою ґрунтується на ціннісних системах суспільства, спільнот, індивідів. Адже система цінностей суспільства може бути розглянута як імпліцитна догма, яка формує оціночні судження членів суспільства. Вони конструюють сенс суспільної приналежності, так само як релігійне кредо – релігійну приналежність. Система цінностей легітимізує статус авторитетів та їх соціальний перформанс. Що ж до ідеології, то вона покликана конкретизувати цінності та нормативні уявлення суспільства. Відзначимо, що у класичному розумінні система цінностей "еманує" із суспільної свідомості, а ідеологічні доктрини забезпечують її теоретичною та емпіричною платформою для проникнення в структури соціальної реальності.

Між ідеологією та системою цінностей надзвичайно складно встановити чітку межу і непродуктивно це робити, тому що обидві є системами переконань. Ідеологію пов'язують з планом дій політичної партії або руху, її адаптують та їй слідує свідомо, оскільки будь яка ідеологічна система покликана артикулювати а отже захищати власні ціннісні орієнтири, до того ж співвіднесені із загальнолюдським контентом. Тож між цінностями та ідеологією є тісний взаємозв'язок. Потенційний вплив цінностей залишається латентним до тих пір, поки не виникне певна ситуація, за якої людина вбачає необхідний зв'язок між базовими цінностями суспільства та своїми активними діями, а не між цінностями та відносно пасивною експресією власних ставлень.

На наш погляд, до цього й апелює ідеологія аби легітимізувати свої доктрини та суттєво підвищити ефективність процесу "імплантації" своїх же концептів в колективну свідомість. Кожна ідеологія передбачає певну модель ідеального суспільства, яка є втіленням цінностей, на яких вона ґрунтується. Процес формування ціннісного базису будь-якої ідеології повинен відповідати інтересам певного класу, вимогам його членів, діяльності, цілям, співвідношенню з іншими групами та ресурсами. Інакше кажучи, загальні культурні цінності можуть бути визначені та схвалені панівною групою, як це було у випадку з категорією свободи у неолібералів та консерваторів.

Цінності, визначені як базові для кожної групи, формують специфічний критерій її ідентичності, самоусвідомлення, оцінювання діяльності, власних цілей та інших груп. У негативному контексті цінності можуть бути використані для закріплення позицій групи, наприклад, претензії расистів на статус вищої раси та гегемонію у світі. Почуття переваги є наслідком необ'єктивного компаративного аналізу, під час якого "Ми" сприймаємо себе як більш самодостатні, наполегливі або демократичні, ніж "Вони". "Ми" оцінюємо себе як кращі, посиляючись на усі цінності, релевантні по відношенню до "Нас". Перевагу своїм опонентам "Ми" можемо надати, посиляючись на цінності, які менш релевантні для "Нас", проте суттєві для "Них". Різні або навіть конкуруючі між собою групи можуть вибрати для себе

одну й ту ж систему цінностей, проте вкласти в неї різний ідейний контент. Інтегрування цінностей в ідеологію дозволяє управляти суспільними переконаннями на вищому рівні.

Ідеологія містить певну теоретичну схему, яка визначає критерії членства в групі. Разом з іншими категоріями ці критерії детермінують соціальну ідентичність спільноти. З позицій соціально-когнітивного підходу ідентичність подана як персональний та соціальний конструкт, який є ментальною репрезентацією. У своїй саморепрезентації люди позиціонують себе так, наче вони є членами декількох груп (наприклад, жінки, етнічні меншини, громадяни певної країни, журналісти та ін.).

Ця саморепрезентація є сконструйованою абстракцією, що ґрунтується на особистому досвіді та знаннях. Зазвичай такі моделі відображають репрезентації соціальних інтеракцій та інтерпретації дискурсу. Досвід, знання та їх можливі саморепрезентації постають перед нами як соціально сконструйовані феномени. Частково наша саморепрезентація зумовлена тим, як інші нас сприймають та ідентифікують. Якщо власний досвід розділити з абстрактним соціальним досвідом інших та іншими "Я", то саморепрезентація нашого власного "Я" може зливатися з саморепрезентацією групи.

Зважаючи на вищезазначене, необхідно розрізнити групову наративну ідентичність та персональну наративну ідентичність. Ідентичність суб'єкта інкорпорує ментальну репрезентацію "Я", як унікального людського буття зі своїм особистим досвідом та біографією, та ментальну репрезентацію "Я", як систему соціальних модусів, з якими пов'язані ідентифікаційні процеси. Якщо критерії членства у групі, цінності, діяльність, цілі, норми відповідають аналогічним характеристикам персонального конструкту "Я", то ідентичність може бути більш або менш стійкою, у протилежному випадку матиме місце її реконструювання [154].

Ідеологію можна розглядати як групову наративну ідентичність. Поряд з індивідуальними варіаціями маніфестації певної ідеології, остання повинна бути охарактеризована й на груповому рівні. Зазвичай наративну ідентичність

артикулюють в індивідуалістичній манері. Однак, так само як групи беруть участь у розподілі знань, відносин та конструюванні ідеології, можна припустити, що вони колективно розділяють й соціальну репрезентацію, яка детермінує соціальне "Я".

Групова наративна ідентичність, як мінімум на когнітивному рівні, перебуває у тісному зв'язку з ідеологічними поглядами групи. Якщо таку систему поглядів та ідей і переконань прийняти за формат групової ідеології, то групова наративна ідентичність деякою мірою залежить від неї. Це відбувається тоді, коли ідеологія групи репрезентує ті фундаментальні переконання, які розділяються членами групи та відповідає на фундаментальні питання: "Хто ми є?", "Звідки ми прийшли?", "Хто належить до нашої групи?", "Яку мету ми переслідуюмо та якими цінностями керуємось?" тощо.

З іншого боку, є й аргументи, які виступають проти ототожнення групової наративної ідентичності з ідеологією. Остання формує основу групової ідентичності, тобто базові принципи, мету, норми та цінності, соціальні ресурси та громадянську позицію членів соціальної спільності. Крім того, групова наративна ідентичність може змінюватись, тоді як ідеологічні принципи можуть залишатися більш певною мірою однаковими тривалий період часу, а специфічні соціальні репрезентації, такі як позиції, ставлення можуть адаптуватись до соціальних та політичних ситуацій та зазнавати відповідних змін [152].

Політизація наративної ідентичності потребує продуманості та осмисленості, аби уникнути появи дестабілізаційних факторів. Поняття "політики ідентичності" повинно акцентувати увагу на значимості тих наративів, які забезпечують індивідів деяким кодом або ж набором цінностей, необхідних, аби орієнтуватися у житті. Воно пов'язане з ідеєю плюралізму та характеризує суспільство як систему співіснування великого різноманіття наративних ідентичностей. Масштабні ідеології сучасності мали за мету мобілізувати людей у єдиному русі для соціальних трансформацій.

Соціалістичні рухи у класичному розумінні обов'язково ґрунтувались на конкретній ідентичності, проте їх кінцевою ціллю було захоплення політичної влади, реструктурування та соціального й політичного життя. Наприклад, на своїй ранній стадії націоналізм теж прагнув проголосити одну національну ідентичність, щонайменше у формах громадянського націоналізму, охоплюючи етнічні групи та нав'язуючи їм формат громадянства.

Політизація ідентичності вимагає від політичних суб'єктів конструювання безпечних ніш для носіїв різних ідентичностей, соціального простору, який дозволить уникнути соціальних конфліктів. Що ж до наративної ідентичності, то вона може бути релігійною, етнічною, культурною або комбінованою, а індивіди можуть бути носіями відразу декількох ідентичностей. У цьому контексті наративні ідентичності часто передбачають наявність у соціумі пріоритетної культури, яка формує загальні моделі поведінки в соціумі, однак вимагають відносно автономного статусу та можливостей реалізувати ті соціальні практики, які визначають сенс життя.

За таких умов у груповій наративній ідентичності особливе місце посідає дискурс. Більше того, процеси формування соціальних груп насправді мають дискурсивну природу. Соціальні групи та соціальні рухи конституюються різними формами дискурсу, наприклад, збори, навчання, заклик до солідарності та ін. З іншого боку, групову наративну ідентичність може формувати міжгруповий дискурс, у якому першочерговими завданнями для груп та їх членів є самозахист, легітимізація, переконання тощо.

У філософії дискурс розуміється як сукупність соціокультурно-детермінованих висловлювань, вербально-артикульована форма об'єктивації змісту свідомості відповідно до типу раціональності соціокультурної традиції, в якій він реалізовується. Поняття дискурсу не може бути зведене до уніфікованого значення. Так, відомий представник постмодернізму М. Фуко розглядає дискурс як загальне вмістилище усіх тверджень; як індивідуалізовану групу положень; як урегульовану технологію, на якій ґрунтується процес комунікації [116]. У своїй першій дефініції мислитель до дискурсу зараховує

усі фрагменти мовлення або тексти, які наповнені сенсом та мають вплив у реальному світі. Друга дефініція стосується конкретних структур усередині дискурсу. М. Фуко намагається ідентифікувати дискурси як групи фрагментів мовлення, які організовані та узгоджені між собою. У цьому контексті мова може йти про дискурс фемінізму або дискурс імперіалізму тощо. У третій дефініції теоретик акцентує увагу не на текстах, а на правилах та структурах, котрі власне продукують конкретні фрагменти мовлення.

М. Фуко стверджує, що те, що людина сприймає є надзвичайно важливим, а інтерпретація об'єктів та наділення їм значення залежить від дискурсивних практик. Вони здатні релокалізувати об'єкти та події з ідеальної площини в реальну. Звичайно, така можливість дискурсивних практик та їх матеріальний атрибутів неоднократно піддавалися сумніву. Так, на думку науковців, референти, по-перше, не можуть зруйнувати безкінечний ланцюг значень, у якому один знак вказує на інший, по-друге, вони не можуть бути поглинуті цими знаками. Однак, для М. Фуко реальне постає як сконструйоване, хоча він добре усвідомлює й вплив такої реальності на думки та поведінку комунікантів.

Поряд з М. Фуко проблемою дискурсу займався західний лінгвіст С. Міллс. У своїх працях він аналізував значення слів та їх співвідношення з масштабнішими структурами, ігноруючи припущення про те, що слова та речення апріорі мають фіксоване значення. Вчений наголошував на тому, що дискурси мають суперечливу природу та завжди перебувають у стані діалогу та конфлікту з іншими позиціями.

Варто відзначити, що у дискурсі сконцентроване ідеологічне протистояння. На відміну від М. Фуко, С. Міллс вважає, що непривілейована група людей усередині класової системи через брак доступу до освітніх послуг, знань, інформаційних мереж та капіталу позбавлена й безперешкодного доступу до дискурсів. Незважаючи на те, що однією й тією ж мовою можуть спілкуватися на території певної країни, очевидним є той факт, що доступ до

дискурсних конструктів, котрі циркулюють у суспільстві, суттєво обмежений для деяких груп індивідів [173, с. 15 – 16].

Отже, дискурси конструюють сутність реальності та ідентичності. Існує два способи розуміння дискурсного підходу до проблеми ідентичності: по-перше, як дискурсний перформанс або конструкт ідентичності, отриманий під час інтеракції; по-друге, як історична система структур влади над ідентичністю. У класичних концептуальних підходах до проблеми ідентичності простежується домінування двох теоретичних моделей: незалежний суб'єкт, який формує свою ідентичність та окремий психологічний суб'єкт, котрий протистоїть когнітивним механізмам, схемам та силам несвідомого.

Однак, наприкінці ХХ ст. виникають спроби реконфігурувати суб'єкта як дещо соціокультурне та соціоісторичне – "незавершений продукт дискурсу". Такий поворот у філософській думці був пов'язаний з труднощами самодетермінації. Комунікативна філософія описує ідентичність як динамічний процес, що одночасно може репродукувати та дестабілізувати дискурсний порядок [135].

Перші наукові праці, присвячені проблемам співвідношення дискурсу та ідентичності, за основу розглядали взаємозв'язок між соціальними факторами крізь призму варіацій використання лінгвістичних змінних, таких як особливості вимови або ж граматики, яка не відповідає нормам. Сучасні наукові розробки ґрунтуються на постструктуралістській парадигмі, згідно якої у процесі формування ідентичності бере участь дискурс. На наш погляд, він виступає тим елементом, який конститує групову наративну ідентичність та регламентує процес взаємодії цінностей на міжособистісному та міжгруповому рівнях. На рівні персональної наративної ідентичності механізм дискурсної координації практично не активується.

Смисл інформації, котру про себе транслює суб'єкт та його ідентичність залежать, в першу чергу, від контексту, передумов виникнення та мети дискурсу, простору та характеру соціальних інтеракцій. У контексті аксіосфери інформаційного суспільства питання дискурсу та наративної ідентичності в

онлайн режимі особливо актуальне. Зважаючи на те, що сьогодні ментальне тіло людей релокалізоване у віртуальну реальність, більшість соціальних інтеракцій та репрезентацій суб'єктів комунікації відбувається у специфічному середовищі, яке нагадує буфер обміну інформацією та екстраполяції ідентичності між двох світів: об'єктивною реальністю та віртуальністю. У таких умовах наративна ідентичність суб'єкта піддається процесу соціальної сегментації та сегрегації, причому, якщо у першому випадку ментальне тіло нагадує цілісну систему сегментів, які взаємодіють між собою, то у другому – компоненти ментального тіла поступово "розсіюються" у структурах соціальної реальності та соціальної віртуальності, що призводить до деструктування ідентичності суб'єкта.

Можна припустити, що поряд з процесом несвідомого деструктування ідентичності суб'єкта відбувається цілком свідоме формування онлайн ідентичності, ситуативного конструкту. Онлайн ідентичність – це квазіідентичність, тому що суб'єкт апелює до тих ідеалів, яким у реальному житті він може не слідувати та до тих цінностей, яких у реальному житті він може не дотримуватись. На думку вчених, існує поняття он-лайн та оф-лайн ідентичності. Кожна з них є частиною безперервного процесу пошуку себе та своєї місії у світі. У цілому, дискурс може попередити деструктування "Я" суб'єкта та скорелювати його онлайн та офлайн ідентичність у процесі комунікації.

Отже, наративна ідентичність виступає конституюючим елементом аксіосфери інформаційного суспільства. По-перше, ідеологія є тим структурним елементом наративної ідентичності, що забезпечує її функціональний потенціал. По-друге, завдяки дискурсу, як конституюючому елементу наративної ідентичності, конструювання аксіосфери інформаційного суспільства є координованим та узгодженим процесом, тому що дискурс регулює мультиспектровий обмін та інтеракцію цінностей у полісуб'єктному комунікаційному просторі.

Крім того, наративна ідентичність трансформує життєвий досвід соціального суб'єкта у смислонаповнену історію, яка визначає його ціннісне ставлення до світу. У той же час вона відзначається гнучкістю до ціннісних інтерпретацій, які залежать від соціального комунікативного контексту. Варто відзначити, що наративна ідентичність відіграє важливу роль у життєдіяльності соціального суб'єкта, забезпечуючи цілісність його соціального іміджу, особливо в сучасному суспільстві, яке сповнене втратою традиційних смислів, нігілістичним світовідношенням, однією з найнебезпечніших форм якого є сьогодні медіа-тероризм.

2.3. Медіа-тероризм як форма нігілістичного світовідношення в інформаційному суспільстві

В інформаційному суспільстві атрибутивною ознакою тероризму стало активне використання інформаційних технологій, спрямованих на маніпулювання свідомістю цільової аудиторії. Сьогодні поширення маніпуляція набула у зв'язку з появою "масової" людини. Це відомий ще з Риму плебс, який вимагав лише хліба й видовищ. Такі люди не чинять суттєвого опору маніпуляціям, тому що не здатні, а ще гірше і не бажають, аналізувати інформацію. Вони автоматично споживають інформацію разом з тими смислами, що там містяться, закликами, слоганами, імперативами.

Саме тому терористичні акції розраховані на велику кількість свідків, охоплених панічним страхом. Масштабність актів насильства підсилюється відповідними пропагандистськими практиками терористів з використанням мас-медіа як одного із найефективніших засобів маніпулятивного впливу на суспільну свідомість. Ось чому все більше вчених вказують на символічний зв'язок між тероризмом та засобами масової інформації (Г. Вейманн, А. Локер, Б. Накос та ін.). Адже лише поширивши насильство на якомога більшу

аудиторію, терористи прагнуть отримати ефективний засіб досягнення бажаних політичних змін.

Медіа-тероризм в широкому розумінні це зловживання медіа-комунікативними процесами задля підриву знаково-символічної системи держави чи суспільства, яка створює певний духовний базис культури, починаючи від пам'яток, до стереотипів, форм спілкування, звичаїв тощо. Ми дотримуємося наступної дефініції. Медіа-тероризм – це стратегія досягнення політичної мети за допомогою здійснення акту нелегітимного насильства та його безпосереднього і опосередкованого оприлюднення із використанням інструментарію мас-медіа [88, с. 117.].

Щодо зв'язку медіа і тероризму, треба зазначити, що терористи ніколи не здійснюють своїх актів, якщо ці акти не будуть мати висвітлення у мас-медіа. Вони спеціально очікують на телекамери, перш ніж щось вчинити. Адже надання широкого розголосу проведених ними акцій задля залучення потенційних прихильників, трансляція ЗМІ відповідних повідомлень і підтримка сенсаційності є для них вигідною.

Обґрунтовуючи тезу, що тероризм є однією із сучасних форм нігілістичного світовідношення, звернемося до ідей відомого постмодерніста – Ж. Бодріяра. На думку теоретика, з нігілізму зникли похмурі кольори у стилі Вагнера і Шоленглера, туманні кольори кінця XIX століття. Він більше не бере свого початку ні у *Weltanschauung* (світогляді) декадансу, ні в метафізичній радикальності, породженій смертю Бога та всіма тими наслідками, які з неї випливають. Нігілізм сьогодні, радикальніший і рішучіший, ніж його попередні історичні форми. Окрім того, світ сьогодні увійшов в симуляцію, як наслідок, нігілізм реалізується не через руйнування, а через симуляцію та відстрашування. З активного, насильницького фантазму, з міфу і сцени, якими він був в минулому, нігілізм сьогодні перейшов у по-фальшивому прозоре функціонування речей. Саме тому ми перебуваємо у новій і, без сумніву, нерозв'язній ситуації щодо попередніх форм нігілізму [15].

Філософ виділяє дві історичні форми нігілізму (естетичну і політичну). Перша виходить з Романтизму: він за часів Революції Просвітництва відповідає руйнуванню порядку видимого. Друга форма – сюрреалізм, дадаїзм, абсурд, політичний нігілізм є великим виявом, який відповідає руйнуванню порядку смислу.

Нігілізм прозорості вже не запозичує, чи то з процесу винищення видимого, чи то з процесу винищення смислу, останні вогні чи останні нюанси апокаліпсису. Апокаліпсис припинився (лише алеаторний тероризм ще намагається бути його відображенням, однак він уже втратив ознаки політичного, і в нього залишився тільки один спосіб для появи, який водночас є способом зникнення: засоби інформації; але засоби інформації – це не та сцена, де щось розігрується, – це стрічка, доріжка, перфорована картка, щодо якої ми вже навіть не глядачі, а отримувачі). Апокаліпсис закінчився, і сьогодні ми маємо справу з прецесією нейтрального, з формами нейтрального та індиферентності, що загрожує зникненню нас самих. Ми меланхолійні і зачаровані – така наша загальна ситуація в епоху мимовільної прозорості [15].

Отже, нігілізм сьогодні, завдяки засобам інформації, є процесом руйнування смислів на відміну від попереднього руйнування – видимого. Узв'язку з цим, тероризм якраз і є формою заперечення, руйнування усталених аксіологічних систем (наприклад, загальнолюдські цінності), завдяки чому посилюється його символічність.

Таким чином, сьогодні проблема тероризму особливо актуальна не лише з політико-правової точки зору, але й з соціально-філософської.

Історичною передумовою дестабілізації аксіосфери інформаційного суспільства було глобальне поширення фундаменталізму. Як термін, фундаменталізм стосується консервативних філософських, моральних і соціальних течій, вперше був вжитий в християнському світі для позначення консервативного руху в євангелічній церкві США. Фундаменталізм часто є реакцією на процеси глобалізації та секуляризації в сучасному суспільстві. Традиційне розуміння змісту поняття фундаменталізму необхідно відрізнити

від іншого його значення, яке сьогодні застосовують медіа, політики, вчені та представники різних конфесій під час публічних дебатів.

У цьому контексті фундаменталісти постають перед нами як релігійні фанатики, які занадто серйозно ставляться до своїх релігійних, ідеологічних чи наукових поглядів та часто захищають їх в агресивній манері по відношенню до своїх опонентів. Фундаменталізм містить у собі міркування про те, яким чином можна виправдати певні вірування та етичні позиції, допускає, що знання та етичні норми ґрунтуються на попередніх віруваннях, які виникли нелогічним шляхом. Унаслідок цього різноманітні релігійні аргументи можна використовувати для виправдання різного роду протиправних дій.

Сучасні форми фундаменталізму пов'язані з секуляризацією соціумів. Канадський філософ Ч. Тейлор запропонував визначення поняття "секулярності". По-перше, секуляризація означає відхід релігії від суспільного життя. По-друге, кризу релігійних вірувань та практик. По-третє, зміну умов та середовища функціонування релігійних вірувань. Теоретик наголошує на тому, що людство кардинально змінило своє ставлення до релігії, хоча диференціація суспільства не завжди призводить до "приватизації" вірування, його гіперсуб'єктивізації. Як елемент світського метанаративу, посилення на секуляризацію було своєрідною спробою передбачити крах релігії, проте релігія не зникла, вона лише вступила в новий період, а не розчинилася в безкінечних абсурдних гіпотезах представників "нового атеїзму". Релігія завжди виходить за межі суб'єктної реальності, інтегруючи індивідів в інтерсуб'єктний світ.

Однак, релігія виходить й за межі конкретного культу, тим самим інтегруючи індивідів у транссоціальну реальність. Для монотеїстичних релігій світ є творінням, це природа, суспільство та людина об'єднані єдиним началом – Богом, який проникає у цю реальність. Релігія не відірвана від реальності, вона не лише перебуває у ній, а й деякою мірою конструює її, оскільки має справу з суспільним досвідом, наповненим когнітивним змістом, до якого апелюють моральні норми та цінності [Цит. за: 146, с. 73 – 85].

Вплив глобального фундаменталізму відчутний й у відносинах між етнічними меншинами та суспільством. До 80-х рр.. XX ст. зовнішня політика ґрунтувалась на балансі влади між США та Радянським Союзом. З крахом комунізму в основу нового світового порядку була покладена гегемонія вільного ринку поряд із зобов'язаннями ліберальної демократії.

Після "холодної війни" багато західних суспільств почали сприймати релігію як джерело глобального розподілу та розколу. Так, на сьогодні небезпечним визначається ісламський фундаменталізм. По-перше, іслам заперечує та протистоїть багатьом передумовам та положенням вестернізації, по-друге, іслам є однією з динамічних світових релігій, кількість прибічників якої у світі постійно зростає. Однак, іслам не варто розглядати як загрозу західним суспільствам, оскільки більша частина ісламського світу залишається осторонь фундаменталізму, хоча існують окремі течії, які свого часу уже кинули виклик Заходу у соціально-політичних конфліктах на Близькому Сході.

Подібно християнському фундаменталізму, іслам та інші вірування теж виробляють захисні механізми, аби вистояти у світі, який постійно змінюється. До того ж, вважається, що фундаменталізм – це один з "глобальних таборів". Якщо один табір популяризує модернізацію, то інший апелює до авторитетності традицій та фанатичної відданості своїй групі.

Унаслідок цього суспільство одночасно є свідком та учасником глобального конфлікту між різними культурами, втіленням яких є тенденції західного світу та експансія ісламського фундаменталізму. Активізація фундаменталістських рухів, головним чином, зумовлена гегемонією Заходу та боротьбою Третього Світу за свої права, матеріальні та культурні ресурси. Глобальна експансія фундаменталістської нехристиянської релігії суттєво вплинула й на етнічні меншини на Заході та мала деякі негативні наслідки для корінних жителів Європи та Північної Америки.

Даний конфлікт між Заходом і Сходом вдало описаний відомим американським соціологом С. Гантінгтоном у праці "Зіткнення цивілізацій". На

думку теоретика, глобалізація не має наслідком культурну гомогенізацію, не сприяє взаєморозумінню культур, а навпаки, може призвести за неадекватної політики до зіткнення цивілізацій. Зіткнення цивілізацій – це зіткнення спроб зберегти ідентичність групою традиційно орієнтованих цивілізацій, таких, як ісламська, православно-християнська, конфуціанська або змінити її під впливом західно-християнської цивілізації як лідера глобалізації [23, С. 185 – 186]. У своїй концепції мислитель описує динаміку соціальних відносин крізь призму конфліктів на цивілізаційній основі.

У цьому контексті слушною є думка вітчизняного вченого М. Козловця, що "надзвичайно важливо, щоб сучасна культурна політика змогла напрацювати принципово новий тип національної ідентичності – ідентичність, що орієнтується не на одну конкретну культуру, а на міжкультурні взаємодії. Необхідно зрозуміти, що вплив культур однієї на іншу не тотожний їх взаємодії, хоча саме із цих "впливів" і виникає взаємодія. Взаємодія завжди багатша суми впливів, подібно до того, як система завжди більша суми її складових. Якщо вплив – це переважно процес одновекторний, суб'єкт-об'єктний, то взаємодія – значно складніший, полісуб'єктний процес" [51, с. 162].

За таких умов традиційна релігія може відійти на другорядний план, проте духовні потреби залишаться, тому релігійні вірування вимагають підтвердження нових форм вираження духовності. Такими формами виступають квазірелігії. Так, відомий німецький феноменолог Т. Лукман вважає, що сучасні суспільства є свідком переходу релігії від "вищих трансцендентностей", сфокусованих на питаннях життя та смерті, до "нижчих трансцендентностей" земного життя, які сфокусовані на мирських інтересах. Квазірелігії – це феномен не поза, а у суспільстві, котрий артикулює центральні світські цінності. На фоні ігнорування історії та послаблення соціальної ідентичності пошук сенсів ускладнений фрагментарним сприйняттям людиною світу. Тому, людина звертається до власного досвіду та трансформує соціальні

форми у духовні метафори, які надають світським феноменам духовних сенсів, звільняючи її від соціальних та психологічних обмежень [169, с. 34].

Війна радикальних ісламістських угруповань з лібералізмом має політичний підтекст, що виник у відповідь на глобалізацію або ж вестернізацію, в якій ісламісти вбачали форму імперіалізму. Сьогодні протистояння ісламістських угруповань "вторгненню" Заходу відбуваються не лише в політиці, а й у економічній, соціальній та культурній сферах. Радикальні ісламістські угруповання вважають, що жоден з урядів Близького Сходу не боровся повною мірою з експансією західних цінностей. Вони охарактеризували політичні режими, як відверто світські або фракційні, що позиціонують себе як мусульманські, проте не керуються нормами шаріату, тому Аль-Каїда та подібні їй організації переслідують мету захистити віру, зберегти шаріат від зовнішніх загроз, наслідуючи манери своїх попередників.

У сучасних ісламістських терористичних рухах релігію артикулюють як ідеологію, вона відграє таку ж роль, як, наприклад, соціалізм чи націоналізм. Як зазначав свого часу африканський революціонер Кван Нкрума, мета ідеології у будь-якому революційному русі пояснювати, погрожувати та розв'язувати проблеми. Це справедливо й по відношенню до релігії в якості ідеології, котра слугує для пропаганди, рекрутингу та професійної підготовки. Релігійна ідеологія експлікується на таких рівнях: на індивідуальному – мотивує, надихає та мобілізує; на тактичному – виправдовує терористичний акт, під час якого постраждали невинні люди; на оперативному – координує теракти; на стратегічному – є основою революційних рухів.

У цьому контексті релігія є самосанкціонованою та багатоцільовою програмою, базовою конвенцією, за допомогою якої революційні рухи взаємодіють з навколишнім світом через насилля. Крім того, ідеологія здатна лігітимізувати жорстоку владу. У цілому, релігійні ідеології допомагають культивувати поляризацію цінностей для трансформування модусу "шукача" в модус "камікадзе". Радикальний іслам глибоко проникає в історичну свідомість

та пояснює усі проблеми, звинувачуючи в них США, Захід, Ізраїль, ООН, капіталізм, глобалізацію [Цит. за:157, с. 299 – 300].

Важливим простором конфронтації між ліберальною демократією та консервативними радикальними групами в інформаційному суспільстві на сьогодні є Інтернет. Боротьба за вплив розгортається в он-лайн режимі із залученням різних комунікативних засобів. Так, члени терористичних організацій використовують Інтернет для того, щоб донести до потенційних рекрутів мотиваційну та оперативну інформацію. У своїх месиджах вони закликають приєднатися до глобального джихаду.

Більше того, коло учасників може охоплювати різний контингент: від дизайнерів веб-сайтів та фінансистів до експертів зі зброї та ветеранів бойових дій. Оскільки потенційні рекрути отримують більшість інформації про тероризм та теракти з випусків новин, відео на YouTube, веб-сайтів, соціальних мереж, вони починають наслідувати поведінку членів терористичних угруповань, які за допомогою медіа пропагують та імплантують свою ідеологію у їх свідомість.

У свою чергу, медіа забезпечують форум для трансферу знань у терористичному світі, пропонуючи презентацію, через яку теракти впливають на широкий загал, створюють, підтримують, координують та розширюють мережу прибічників. Це, у свою чергу, обумовлює здатність медіа виробляти ідентифікаційні механізми, що виникають з моменту "запрошення" терористів до ідентифікації, яке транслює медіа.

До того ж, між терористичними угрупованнями та медіа-установами встановлюються симбіотичні відносини. Перші перебувають у постійних пошуках рекрутів та прагнуть уваги аудиторії, другі – у пошуках драматичних та скандальних історій для підвищення свого рейтингу. Медіа відіграють важливу роль у глобальній комунікації, є інструментом впливу в руках терористів та інструментом боротьби проти світового тероризму. Що ж до Інтернету, то його можна охарактеризувати як магістраль, по якій радикальні месиджі проникають у структури соціальної реальності. Інтернет також відіграє

суттєву роль у поширенні ідеології Аль-Каїди та зростанні кількості самоорганізованих терористичних осередків. Варто відзначити, що Аль-Каїда стала першим терористичним рухом в історії, який мігрував з фізичного простору в кіберпростір.

Інтернет використовується як технологія рекрутингу терористичних угруповань. Так, застосовуючи інформаційно-комунікаційні технології, терористичні угруповання не лише підвищують ефективність презентації своїх месиджів, а й збирають інформацію про користувачів своїх веб-сайтів. Він також відзначив, що терористи використовують Інтернет як віртуальний тренувальний табір, ведучи он-лайн форум та розповсюджуючи інструкції, бюлетені та іншу пропаганду. Пропагандою може бути будь-яка цілеспрямована, масштабна та продумана презентація або план такої презентації. Організації, угруповання та уряди застосовують пропаганду для поширення власних інтерпретацій істини або ж створення "нової правди". В основі екстремістської пропаганди лежить конкретна політична програма.

Поява медіа-орієнтованого тероризму призвела до реконцептуалізації тероризму у контексті комунікативної теорії. Згідно цієї теорії, терористичний месидж насилля інкорпорує у комунікаційний процес модус жертви, яка не завжди виступає у ролі реципієнта або ж кінцевої мети месиджу. Вчені досліджують тероризм крізь призму організованого та скоординованого насилля, як театральної постановки, оскільки терористи приділяють значну увагу деталям у своїй діяльності. Так, на думку Дж. Фореста: "тероризм переслідує мету не підкорити, а знищити інших, трансформувати статус інших із категорії буття в категорію небуття" [156, с. 17 – 18].

Терористи обирають ті мішені, які мають символічну та пропагандистську цінність. По-перше, це можуть бути посольства та дипломати. Посольство є втіленням суверенітету та інтересів нації, а дипломати – це визнані на міжнародному рівні офіційні представники своїх країн, тому терористичні атаки будівель посольств або дипломатів можна розцінювати як замах на країну та її національні інтереси. По-друге, міжнародна символіка.

Багато розвинених країн залучають військових представників для ведення міжнародної політики та відряджають їх до інших країн. Вони можуть займатися інвестиційною діяльністю та відкривати в цих країнах представництва та офіси.

У такій міжнародній діяльності терористичні угруповання часто вбачають прояви колонізації, агресії та репресій, які для них символізують імперіалізм та гегемонію, а отже, – є об'єктами терактів та підлягають негайному знищенню. По-третє, символічні будівлі та місця, які є уособленням престижу та могутності певної нації, проте можуть викликати негативні асоціації в окремої групи людей. Терористи обирають за свої мішені культурні символи, тому що вони гарантують максимальний суспільний резонанс терористичного акту. По-четверте, індивіди через символічну цінність їх статусу та вплив на політичне, економічне й соціальне життя країни, наприклад, політичні лідери, журналісти, бізнесмени. І, нарешті, перевізники пасажирів, які для терористів є мішенями, тому що вони забезпечують їх великою кількістю потенційних жертв [157].

Сьогодні поряд з "традиційним", релігійним тероризмом, у якому існує два суб'єкти, ми виокремлюємо новітні різновиди цього небезпечного явища. У першому випадку ми маємо терориста (він є замовником та виконавцем) та потенційну жертву, у другому випадку – замовника, виконавця (терористичне угруповання) та потенційну жертву. Сучасний тероризм набуває політичних, економічних та інших форм. Замовник реалізує свій намір через терористів, встановлюючи з ними зв'язок у мережі Інтернет.

У віртуальному середовищі замовник маніпулює виконавцем, апелюючи до його цінностей. За допомогою іконічних та вербальних знаків замовник активує перформанс пам'яті терористичного угруповання, підсилюючи негативні колективні спогади, наприклад, про західний світ, як агресора. У терористичного угруповання автоматично спрацьовує інстинкт самозбереження: вони прагнуть не допустити повторної "західної експансії", захистити свою релігію та цінності, а тому готові на боротьбу з уявним ворогом, якого для них створив замовник. Квазіворог – символічний образ

поневолювача, не що інше, як ширма, за якою стоять конкретні цілі та завдання замовника.

Для того, щоб заблокувати дестабілізаційні інтенції медіа-тероризму, зменшити його негативний вплив на аксіосферу інформаційного суспільства, необхідно відійти від орієнталістського стереотипу та розглянути потенційні можливості урегулювання релігійних, культурних протистоянь і постійного конфлікту між індивідуалістичним та комунітарним підходами.

Наприклад, проповідники азіатських цінностей заперечують універсальний статус ліберальних та демократичних елементів прав людини, вказують на те, що Азія має унікальну культурну сутність, яка стоїть осторонь цих прав. Вони не визнають Заходу як морального наставника, що переслідує мету лібералізувати та демократизувати азіатську політику. Вони стверджують, що цивільні та політичні права не є універсальними, скоріше – характерними для західної, а не східної традиції.

Подолання культурних та релігійних суперечностей передбачає формування стабільної політичної структури з метою інституціоналізації ліберальної толерантності та захисту громадянських й політичних прав різних етно-національних меншин. Права людини не повинні слугувати провладній більшості та їх пріоритетам, так само як не повинні слугувати автократичному режиму. Якщо питання, пов'язані із захистом прав людини залишити на розсуд диктатора, то більшість та меншість стануть більш вразливими до непередбачуваних атак на свої права. Урегулювання релігійних та етнічних конфліктів потребує інституціонального закріплення прав людини, що у подальшому не допустило б посягань на них з боку провладних структур.

У сучасному ж контексті деякі прибічники мультикультурного комунітаризму заперечують ліберальну толерантність як занадто індивідуалістичну для захисту специфічних прав меншин на "культурне виживання", які, у свою чергу, можуть вимагати обмежень індивідуальної автономії. Проте, такі альтернативи не здатні охопити усю складність релігійних та культурних структур. Навіть привілейовані групи можуть бути

об'єктами дискримінації, що обмежувала їх релігійну діяльність. Упровадження прав меншин часто супроводжується політичними перешкодами, зокрема політичними кризами. Останні можуть трапитися у будь-якій країні.

Для того, щоб цього не сталося, уряди окремих держав не повинні маніпулювати самим процесом упровадження прав меншин, а західні країни повинні критично оцінювати власну політику з урегулювання релігійних та етнічних конфліктів та усвідомлювати усю складність цього процесу для азійських країн [157]. Таким чином, ліберальна толерантність повинна домінувати не лише у внутрішній, а й у зовнішній політиці держав.

Усвідомлення та визнання прав релігійно-етнічних меншин усередині країни може виробити певні механізми підготувати країни до визнання й підтримання одна одної у питаннях "етнічного рівноправ'я", встановленню єдиного правового та аксіологічного поля, у якому розділялися б спільні інтереси, цінності та перспективи взаєморозвитку. Можна припустити, що Захід та Азія – це взаємопов'язані релігійно-культурні центри, а тому принципи міжнародної політики можна екстраполювати на на рів'язання проблем, пов'язаних з розробленням, становленням та зміцненням як універсальних прав людини, так й універсального аксіополя, що ґрунтується на них.

Розглянемо потенційні можливості врегулювання міжкультурних суперечностей. Дихотомія індивідуалістичний Захід проти комунітарної Азії ще одна орієнталістська формула. Хоча протистояння індивідуалізму та комунітаризму, індивідуальних ініціатив та солідарності характерне як для Азії, так й для Заходу. Концепт громадянського суспільства на Заході містить індивідуалістичні та комунітарні аспекти. У Азії ж індивідуалістична тенденція виступає на противагу стереотипу комунітаризму. З соціально-економічної точки зору модель селянської спільноти, котра детермінувала стереотип комунітарної Азії надзвичайно спростила її соціальну структуру.

Більше того, соціальні трансформації, спричинені швидким економічним розвитком, згенерували нові джерела для індивідуалістичних трендів. Такі тренди частково сформували культурні ресурси для розвитку та становлення

громадянських та політичних свобод. Таким чином, ліберальна демократія націлена на врегулювання індивідуалістично-комунітарного протистояння у західних країнах.

На думку науковців подібне має місце й у Азії. По-перше, комунітарний аспект азійських соціумів сприяє демократії так само, як життєздатність демократії залежить від комунітарних ресурсів у західному контексті. Судження про те, що азійські комунітарні традиції авторитарні за своєю природою, у той час як західний комунітаризм – демократичний, є частиною орієнталістської дихотомії.

По-друге, азійські країни потребують демократії для того, щоб підтримати комунітарні моральні принципи. По-третє, ліберальні засади прав людини не є чимось полярним у сучасному азійському контексті. Навпаки, ці права необхідні для культивування інклюзивної та добре збалансованої реакції на колективні обов'язки, тому що вони дають змогу індивідам накопичувати енергію для колективної відповідальності шляхом відмови від абсолютного присвячення себе одній специфічній колективній сфері. По-четверте, некоректно заперечувати ліберальний концепт індивідуальних прав, як неприйнятний для Азії. Індивідуалістичні та комунітарні тенденції надають азійським країнам культурні ресурси та ендогенну потребу розвивати ліберальні та демократичні компоненти прав людини [183].

Міжкультурна комунікація повинна забезпечити ефективний культурний діалог, що ґрунтується на правах людини та культурному спадку. Права людини є тією політичною структурою, котра легалізує інкорпорацію цінностей та ідеалів через концепт культурного спадку. Це концепт, котрий може популяризувати самопізнання, сприяти комунікації та обміну інформацією, вести раціональне управління сучасною культурою та її історичним минулим, проте він може також бути засобом пригнічення та обмеження прав меншин. З цієї причини питання спадку є актуальною сучасною проблемою, якою займаються як академічні установи, так й міжнародні організації.

Універсальна декларація прав людини закріплює базові свободи: життя, свободу, безпеку, захист прав; свободу пересування у межах та поза державою; свободу від рабства та насилля. Декларація також закріплює права особи на свободу думки, моралі та релігії [184]. Наприклад, у статті 27 Декларації зазначається, що кожен має право вільно брати участь у культурному житті співтовариства, споглядати твори мистецтва та розділяти науковий прогрес та його переваги. У даному контексті передбачається, що культура завжди була аспектом прав людини, хоча вона й не пояснювала специфічні взаємовідносини між індивідами, співтовариствами та націями, як не пояснювала того, яким чином можна розв'язати конфлікти, що виникають між цими суб'єктами.

На думку науковців спадок, поряд з базовими свободами, можна розглядати як один із основних компонентів прав людини, тому що сам концепт спадку передбачає повагу та захист індивідуальних і колективних ідентичностей. Спадок наполягає на визнанні цінності індивіда та спільноти.

Світовий культурний спадок потенційно може популяризувати толерантність, тоді як брак толерантності до ідентичності інших часто призводить до стримання культурної експресії меншин. Крім того, "культурний спадок важливий компонент культурної ідентичності спільнот, груп та індивідів, фактор соціальної єдності, неповага та руйнування якого є посяганням на людську гідність та права людини у цілому" [149, с. 6 – 7].

Таким чином, термін "культурний спадок" сьогодні репрезентує тотальність культурних об'єктів, традицій, знань, котрі певна нація чи спільнота успадкувала від попередніх поколінь. Він надає можливості для подальшої трансляції ідентичності наступним поколінням.

Варто відзначити, що наскільки культурний спадок репрезентує ті практики та знання, визнані співтовариством або групою, як частина їх історії та ідентичності, настільки члени групи повинні мати вільний доступ до такого культурного досвіду. Більше того, даний концепт передбачає, що навіть культурні об'єкти повинні бути усвідомлені крізь призму їх функцій та ролей у

суспільстві, як засіб користування певними фундаментальними правами та свободами, такими як, наприклад, право на свободу совісті і віросповідань.

Розрізняють три аспекти взаємозв'язку між культурним спадком та правами людини: "поява принципу, згідно якого міжнародне співтовариство зацікавлене у збереженні та захисті культурного спадку, як частини захисних заходів по відношенню до людської гідності та внеску людини у розвиток світової культури; попередження серйозних порушень законодавства у сфері міжнародного культурного спадку та прав людини; збереження різноманіття "живих" культур та спадку, як частини правозахисних заходів у плюралістичному, глобальному, культурному просторі" [150, с. 8].

Отже, медіа-тероризм, як один з факторів дестабілізації аксіосфери інформаційного суспільства, заперечує базові цінності лібералізму, протиставляючи їм контраргументи насилля. Його небезпека полягає у тому, що в сучасних ісламістських терористичних рухах релігія артикулюється як ідеологія, яка реалізується на індивідуальному, тактичному, оперативному та стратегічному рівнях. Така ідеологія це своєрідний захисний механізм терористичного руху. Діяльність радикальних ісламістських груп розгортається в Інтернеті, за допомогою якого вони культивують поляризацію цінностей та розповсюджують необхідну інформацію, яка націлена на потенційних рекрутів.

Врегулювання релігійних та культурних суперечностей потребує розроблення та імплементації програм культурної співпраці між Заходом та Сходом, адже цей культурно-цивілізаційний конфлікт, на нашу думку, розвивається не лише на ґрунті політичного, соціального чи культурно-релігійного протистояння, а, передусім, у зв'язку з несумісністю світоглядних систем.

Виходом із цієї конфліктної ситуації науковці вважають формування нової духовно-ціннісної парадигми світової цивілізації, завдяки якій мають реалізуватись сутність історії і призначення людства, а для кожної із цих світоглядних систем процес взаємодії забезпечить їх самореалізацію як суб'єкта історії.

У цьому контексті правомірною є думка вітчизняного вченого Ю. Сауха про те, що сьогодні задля "упередження деморалізації суспільства і планетарної загибелі людства від глобальних небезпек, потрібен східний тотальний "поворот свідомості" і прагматична міць Заходу, які можуть забезпечити взаємопорозуміння і співробітництво представників різних національностей, носіїв різних світоглядів, культур і релігій" [93, с. 173].

Висновки до розділу 2

Враховуючи вищезазначене, можемо констатувати, що етичні засади аксіосфери інформаційного суспільства означені постмодерністською інтелектуальною традицією, згідно якої етос сучасності репрезентований ідеями комунітаризму, що передбачає співіснування окремих, відносно автономних, соціальних суб'єктів, готових до солідарної відповідальності; утилітаризму, основним принципом якого є оцінка явищ і процесів дійсності з точки зору їх корисності, можливості бути засобом для досягнення певної мети; етичного релятивізму, що заперечує існування абсолютних моральних регулятивів і вказує на відносність ціннісно-нормативних систем.

Важливим структурним елементом аксіосфери інформаційного суспільства виступає наративна ідентичність. Вона трансформує життєвий досвід соціального суб'єкта у смислонаповнену історію, яка відображає його ціннісне відношення до світу і виступає конституюючим елементом аксіосфери суспільства.

По-перше, завдяки дискурсу, як конституюючому елементу наративної ідентичності, конструювання аксіосфери інформаційного суспільства є координованим та узгодженим процесом.

По-друге, наративна ідентичність трансформує життєвий досвід соціального суб'єкта у смислонаповнену історію, яка визначає його ціннісне ставлення до світу. По-третє, вона відзначається гнучкістю до ціннісних інтерпретацій, які залежать від соціального, комунікативного контексту.

Таким чином, наративна ідентичність відіграє важливу роль у життєдіяльності соціального суб'єкта, забезпечуючи цілісність його соціального іміджу, особливо в сучасному суспільстві, яке сповнене втратою традиційних смислів, нігілістичним світовідношенням, однією з найнебезпечніших форм якого є медіа-тероризм.

Медіа-тероризм, як форма нігілістичного світовідношення виявляється потужним деструктивним чинником функціонування аксіосфери інформаційного суспільства, оскільки заперечує базові цінності лібералізму, демократії, протиставляючи їм контраргументи насилля.

В інформаційному суспільстві атрибутивною ознакою тероризму стало активне використання інформаційних технологій. Так, масштабність актів насильства підсилюється відповідними пропагандистськими практиками терористів з використанням мас-медіа як одного із найефективніших засобів маніпулятивного впливу на суспільну свідомість. Адже лише поширивши насильство на якомога більшу аудиторію, терористи прагнуть отримати ефективний засіб досягнення бажаних політичних змін.

Медіа-тероризм в широкому розумінні визначено як стратегію досягнення політичної мети за допомогою здійснення акту нелегітимного насильства та його безпосереднього і опосередкованого оприлюднення із використанням інструментарію мас-медіа.

Щодо зв'язку інформаційно-комунікаційних технологій і тероризму, треба зазначити, що діяльність терористичних організацій сьогодні безпосередньо пов'язана із інформаційно-знаковим простором. Терористи ніколи не здійснюють своїх актів, якщо ці акти не будуть мати висвітлення у мас-медіа.

Крім того, використовуючи Інтернет, терористи здійснюють поляризацію

цінностей та розповсюджують агітаційні матеріали з метою рекрутування своїх adeptів. Врегулювання релігійних та культурних суперечностей потребує розроблення та імплементації програм культурної співпраці між Заходом і Сходом, котрі б ґрунтувалися на необхідності дотримання прав, свобод людини і громадянина, толерантності, концепті культурного діалогу, новій духовно-ціннісній парадигмі світової цивілізації, завдяки якій має реалізуватися сутність історії і призначення людства, а для кожної із цих традицій процес взаємодії забезпечить і їх самореалізацію як суб'єктів історії.

РОЗДІЛ 3. СОЦІАЛЬНІ СМИСЛИ АКСІОСФЕРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ

3.1. Культурна ідентичність як медіатор гетерогенного аксіополя інформаційного суспільства

Аксіосфера інформаційного суспільства є складним соціокультурним феноменом сучасності. В її структурі головне місце займає унікальне культурне аксіополе, в межах якого існують певні цінності, що сприяють ефективному культурному діалогові та подоланню міжкультурних суперечностей. При цьому зазначимо, що аксіополе ми спрощено визначаємо як систему цінностей певної культури.

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій супроводжується "кросингом" та взаємопроникненням релігійних, етнічних і національних цінностей, які підсилюють соціальні контексти та збагачують смисли, що циркулюють по комунікаційним каналам. Під час категоризації цінностей соціальним суб'єктом вони трансформуються в консенсуальні культурні смисли, що і забезпечують формування універсального консенсуального аксіополя культури. Таким чином, за своєю природою воно є відкритим середовищем, у якому базовими принципами є плюралізм думок, ідей, поглядів, толерантність тощо. Конкретним виміром функціонування аксіосфери постає культурна ідентичність, яка виконує роль є певного медіатора гетерогенного за змістом ціннісного простору інформаційного суспільства.

Релігійна, етнічна, національна та політична ідентичності, носієм яких є соціальний суб'єкт повноцінно функціонують у культурі інформаційного суспільства, котра через культурну ідентичність соціального суб'єкта конститує консенсуальні цінності. Релігійні ідентичності ґрунтуються на культурних елементах – цінностях, символах, міфах та традиціях, часто

кодифікованих у звичаї та ритуали. Унаслідок цього такі ідентичності націлені на об'єднання тих, хто розділяє конкретні символічні коди, систему цінностей та переконань в окреме співтовариство, посиляючись як на метафізичну реальність, так й на конкретні соціальні інституції. Зазначимо, що релігійні об'єднання часто пов'язані з етнічними ідентичностями.

Проте, якщо світові релігії прагнули переступити через етнічні кордони, а у окремих випадках навіть анулювати їх, то більшість релігійних об'єднань, на думку науковців, за своєю характеристикою відповідали етнічним групам. Історично склалося так, що те, що зароджувалось як виключно релігійне співтовариство, могло перерости у специфічну етнічну групу. Саме тому, багато етнічних меншин зберігають міцні релігійні зв'язки та символіку. Для значної частини людства релігійна та етнічна ідентичності були рівнозначними. Так, у середньовічній Європі та на Близькому Сході світові релігії, іслам та християнство, інколи ділилися на етнічно демарковані церкви та секти, наприклад, коптів та персидських шиїтів.

До того ж, існують вагомі аргументи на користь розгляду форм релігійної ідентичності, етнічні розколи та співтовариства як взаємопов'язані феномени. Релігійне співтовариство потенційно може роз'єднати етнолінгвістичний соціум. Тривалий час релігійні розколи запобігали появі стійкої етнічної свідомості, однак націоналізм об'єднав суспільство, тому що ґрунтувався на новому політичному базисі. З одного боку, світові релігії можуть бути адаптовані до етнічних груп, з іншого ж, можуть сприяти руйнуванню етнічних відмінностей.

Нові типи ідентичностей формуються внаслідок політичних та соціальних трансформацій. Так, падіння Радянського Союзу, об'єднання Німеччини, завершення Холодної війни, євроінтеграційні, економічні, політичні та культурні процеси створюють нові умови для конституювання ідентичностей різних форм та масштабів: локальних, регіональних, етнічних, національних та європейської ідентичності. Минуле постає перед нами як фактор конструювання ідентичності, а періоди радикальних соціальних та політичних змін – це часи, коли зароджуються нові традиції. Крім того, відбувається

переоцінка та інтерпретація історичних фактів на сучасний лад. Так звані етноісторії забезпечують культурні групи автентичністю та легітимізують їх прагнення до самодетермінації.

Часто етнічна ідентичність є інструментом, який використовує група для того, щоб зайняти відповідну соціоекономічну нішу. Більше того, є аргументи на користь того, що етнічністю маніпулюють, як на індивідуальному, так й на груповому рівнях з метою задоволення економічних та політичних інтересів. Інструменталістський підхід до проблем етнічності домінував у 70-80-х рр. XX ст., проте є актуальним й понині. Нещодавні наукові розробки питань етнічності вказують на її динамічну природу не лише історично, а й у різних соціальних контекстах згідно інтересів та позицій провладних структур. Так, науковці вказують на те, що "дослідження етнічних груп як самодетермінованих систем, які інкорпоровані у економічні та політичні системи, дає змогу глибше проникнути у сутність трансформаційних процесів в суспільстві" [151, с. 69 – 70].

Перейдемо до аналізу проблеми національної ідентичності та її елементів. На початку XX ст. німецький теоретик Ф. Майнеке запропонував два поняття – "культурна нація" та "державна-нація". Перше характеризувало пасивне культурне об'єднання, друге – активне політичне об'єднання. Тобто, національна ідентичність містить політичний аспект. У свою чергу, політичний аспект передбачає щонайменше деякі загальні інститути та уніфікований кодекс прав та обов'язків для усіх членів співтовариства.

Крім того, варто враховувати потребу у чітко сконструйованому соціальному просторі та демаркованій території, з котрою люди ідентифікують себе, та яка детермінує геополітичне становище держави [70]. Перед нами типова західна концепція нації. Новий тип політики – раціональна держава та новий тип соціуму – територіальна нація вперше виникли на Заході у тісній взаємодії одне з одним. Звичайно вони вплинули й на концепції незахідного зразка, навіть коли останні почали поступово відхилятися від їх норм.

Розглянемо детальніше західну модель нації. По-перше, у цій моделі нації повинні володіти чітко визначеними територіями. Народ та територія нерозривно пов'язані. Варто відзначити, що на історичній землі образ своєрідного союзу території та народу протягом століть проникав у свідомість, світогляд поколінь, їх соціальну реальність та формував їх національну ідентичність. По-друге, невід'ємним елементом західної моделі є ідея *patria*, тобто система законів та інститутів влади. Це передбачає наявність загальних інститутів влади, котрі виконують регулятивну функцію та артикують загальні політичні ідеї та цілі. Інколи така ідея (*patria*) може бути виражена через централізовані та унітарні інститути й закони.

З другого боку, можуть існувати федерації колоній, провінцій та міст-держав, владні структури яких націлені як на захист прав та інтересів окремих провінцій, так й союзу в цілому. Поряд з питанням політичного союзу виникає й проблема статусу рівноправності членів такого товариства та його легалізації. У західній концепції цей аспект врахований. Вона розглядає політичні права як такий елемент моделі нації, котрий забезпечує та підтримує її соціальний гомеостаз. Це передбачає мінімум прав на підставі взаємності та обов'язків серед членів співтовариства, недопущення чужинців до таких прав, обов'язків і привілеїв. Крім того, обов'язковим є загальний кодекс законів, виконавчі та судові органи, а три гілки влади досить органічно поєднані у західній концепції як гарантії правової держави.

Можна припустити, що узаконена рівність членів політичного об'єднання на демаркованій території вимагає міри загальних цінностей та традицій певного народу, "серцевини" співтовариства. Іншими словами, нації повинні мати критерій загальної культури та ідеології, набір загальних ідей, поглядів та переконань, що виконують інтегративну функцію. У західній моделі національної ідентичності нації розглядають як культурні гомогенні об'єднання. У свою чергу, компонентами західної моделі нації прийнято вважати історичну територію, політичну систему, реальну політико-правову рівноправність членів, загальну культуру та ідеологію.

У Східній Європі сформувалася відмінна від західної національна модель, яку можна охарактеризувати як етнічну концепцію нації. Її відмінною рисою є акцент на походженні спільноти та її оригінальній культурі. Згідно західної концепції, індивід повинен належати національній спільноті, однак він має змогу її обрати, етнічна ж концепція не дозволяє такої свободи вибору. У етнічній моделі нація постає як велика сім'я, навіть певного роду клан, в основі якого лежать тісні зв'язки. Зважаючи на це, стійким елементом етнічної моделі є народ. Проте, й у західній моделі фігурує людський фактор.

Якщо у першому випадку люди – це політичне співтовариство, діяльність якого регламентована законодавством та інститутами влади, то в східній моделі людей, навіть якщо вони не мобілізовані для проведення політичної акції, все ж забезпечують провладні структури об'єктом національних прагнень. Лідери можуть виправдати власні дії та об'єднати народ, апелюючи до "волі усіх людей", це й робить етнічну концепцію експліцитно інтеркласовою та популістською, незважаючи на наміри інтелігенції залучити маси до політичної дискусії. Фактор масової мобілізації тут відіграє важливу духовно-етичну роль.

Місце законів західного зразка у етнічних моделях посідає національна культура, подана мовою та звичаями. Отже, невід'ємними елементами етнічної національної моделі прийнято вважати генеалогію, родинні зв'язки, масову мобілізацію, національні мови, звичаї та традиції. Фактично, кожний націоналізм містить у собі як конституційні, так й етнічні елементи у різних співвідношеннях та формах. Інколи, домінують конституційні та територіальні елементи, проте на перший план можуть виступати й етнічні мотиви. Розв'язання різного роду конфліктних ситуацій, котрі відображали протистояння західної та етнічної національних моделей, було можливе завдяки застосуванню загального національного дискурсу.

Таким чином, національні моделі, попри свої відмінності, ґрунтуються на загальних переконаннях та уявленнях про націю та те, що відрізняє її від інших соціальних формацій. В основі національного дискурсу лежить ідея про те, що нації це територіально пов'язані одиниці, їх члени розділяють спільну

культуру, міфи та історичну пам'ять, наділені рівними правами та обов'язками, мають законодавчу базу, систему виробництва та розподілу праці. Такі вимоги є типовими для усіх націй. Їх існування дає змогу виділити фундаментальні риси національної ідентичності: історичну територію (домівку); спільну міфологію та історичну пам'ять; культуру; легальні права на підставі взаємності та обов'язки для усіх членів; економічну систему та соціальну мобільність.

Зважаючи на це, націю можна визначити як "спільноту людей, об'єднаних низкою чинників, серед яких найважливішими є етнокультурні та політико-правові. У відповідності з визначенням А. Сміта, нація – це колектив людей, що має власну назву, свою історичну територію, спільні міфи та історичну пам'ять, спільну масову громадянську культуру, спільну масову громадянську культуру, спільну економіку і єдині юридичні права та обов'язки для всіх членів [64, с. 414]. Поняття нації часто ґрунтується на елементах інших типів колективної ідентичності. Це пояснює не лише способи, якими національна ідентичність може інтегруватись з іншими типами ідентичності – класовою, релігійною чи етнічною, – а й різного роду комбінації націоналізму, як ідеології, з іншими ідеологіями – лібералізмом, фашизмом та комунізмом.

На думку М. Козловця сутність національної ідентичності полягає в ідентифікації особистості з нацією, її символами, цінностями, культурою, історією, територією, державними та правовими інституціями, політичними й економічними інтересами і яка розкривається через такі опорні смисли, як національний характер, національні почуття, національна свідомість, ментальність, національні образи світу, національна ідея, котрі зумовлюють її субстанціоналізацію.

Надаючи буттєво-конститууючий смисл існуванню нації, національна ідентичність передбачає: а) внутрішню тотожність соціальних суб'єктів у процесі сприйняття ними образу нації, відчуття стійкості і безперервності "ми" в історичному, геополітичному просторі й часі; б) особистісне самоотожнення з національною спільнотою (індивідуальна ідентичність); в) спосіб сенсотворення, самовизначення та самопроекування особистості й нації; г)

тотожність особистісного і соціально сприйнятого типу світогляду в суспільстві, певний рівень національної свідомості; г) набуття екзистенційної стійкості, психологічної рівноваги (екзистенційна ідентичність) [51].

Специфіка національної ідентичності полягає в тому, що в ній проявляються не тільки зовнішні (соціальні), а й внутрішні (психологічні) риси. Ідентичність кожної національної спільноти можна репрезентувати насамперед як її "колективну самосвідомість, самовизначення, самовироблення власного образу і змісту самосвідомості, а не як ззовні сконструйований образ "національного характеру" [99, с. 21].

С. Гантінгтон виділяє два типи національної ідентичності: громадянський та етнічний, або політичний і культурний, або революційний і трайбалістський, або ліберальний та інтеграційний, або раціонально-асоціативний і органічностісний, або громадянсько-територіальний і етнічно-генеалогічний, – або просто патріотизм і націоналізм [121, с. 62].

Досить часто національну ідентичність ототожнюють з культурною чи політичною ідентичністю. Однак, культурна ідентичність, на думку вчених, – "входить у поняття "національної ідентичності", однак є поняттям, відмінним від етнічної, релігійної чи соціальної ідентичності. Частково вона збігається з кожним із цих понять, але в жодному випадку не повністю. Може існувати культурна ідентичність і без відчуття національної спільноти. Так буває тоді, коли певну групу людей об'єднують релігія, традиції та мова, але в них немає відчуття належності до національної спільноти" [51, с. 61].

Отже, для національної ідентичності основною цінністю є політична спільнота, яка прагне здобути суверенний статус. Політична ідентичність може набувати таких форм: неонаціоналістичну, культурну та цивілізаційну. У неонаціоналістичних концепціях політична лояльність пов'язана з культурною подібністю, котру часто не враховують у мультинаціональних політичних системах. З огляду на це, ідентичність репрезентує сутність нації як такої. Якщо вимоги для культурної ідентичності носять менш зобов'язувальний характер та виходять за межі таких елементів, як, наприклад, мова, звернувшись до

культурної спадщини класицизму, гуманізму, християнства, можливо віднайти спільні культурні корені та, визнаючи культурно-історичні подібності, сконструювати політичну ідентичність.

Однак, політична ідентичність може бути сконструйованим феноменом, котрий не потребує визнання культурних коренів. Такі постнаціональні концепції можна розділити на дві групи: комунікативні та функціональні. Так, згідно комунікативної концепції, політична ідентичність конструюється завдяки комунікаційним практикам. Розроблення та розвиток публічної сфери є обов'язковою умовою поступового становлення демосу та політичної ідентичності. Такою була позиція німецького філософа та соціолога Ю. Габермаса, котрий розглядав дебати щодо європейської конституції, як важливий фактор під час формування публічної сфери Європейського Союзу, який може відкрити нові перспективи для інтегративного процесу та загального конституційного устрою. У комунікативній концепції ключовими елементами є комунікація та політика, елементи культури звичайно присутні, проте не завжди релевантні. Варто зазначити, що конституюючі елементи політичної ідентичності використовуються у комунікативному процесі з метою рекрутування потенційних політичних акторів та формулювання відповідних політичних цілей.

У постнаціоналістичному контексті політичну ідентичність розглядають як набір соціальних та політичних цінностей та принципів, визнаних європейськими народами як їх власні, котрі надають сенс їх почуттю приналежності до однієї політичної структури. Такого роду цінності та принципи самі по собі не утворюють ідентичність, вони повинні бути належним чином інтерпретовані. Культура, історія, законодавчі практики та інститути є тим конструктом, "соціальною лабораторією", усередині якої інтерпретують політичні цінності та в подальшому присвоюють їм певні значення [185, с. 12 – 13].

Також політичну ідентичність розглядають як одну з умов легітимності європейських інституцій, на думку інших науковців це не зовсім так, оскільки

вона викликає почуття приналежності до співтовариства, якого в принципі не існує. Критики концепції мають рацію, вказуючи на те, що її розробили для того, щоб порушити проблему феномена, котрий сприймався як неіснуючий. У наш час доцільно говорити про те, що політична ідентичність виникла у відповідь на процеси переходу від об'єднань, в основі яких лежить інтерсуб'єктивна взаємодія, до масштабних соціумів, котрі ґрунтуються на абстрактних взаємовідносинах індивідів, які сприймаються одне одним як чужинці. Таким чином, чим складнішими є суспільства, в тому числі європейське суспільство, як більш масштабний феномен у порівнянні з національними суспільствами, які воно охоплює, тим більша потреба виникає у колективній ідентичності, що компенсує брак прямих соціальних зв'язків.

Політична ідентичність ґрунтується на певному наративі, який може бути орієнтованим на минуле або на проектування майбутнього. Не лише реконструкція релевантного минулого субординована по відношенню до конструювання ідентичності у майбутньому, але також бачення майбутнього залежить від певного погляду на минуле. Не може існувати наративу майбутнього, котрий здатний гарантувати специфічну політичну ідентичність, яка не ґрунтується на конкретному погляді в минуле.

Більше того, на емпіричному рівні утримати дві моделі відокремленими означає не врахувати важливого чинника, що, коли люди починають взаємодіяти у межах політичного простору, перед ними постає два питання: "Хто ми є?" та "Ким ми були до цього?". Навіть люди на ринку – припустимо, що Європу можна розглянути як ринок – задають собі подібні питання, особливо, коли спілкуються з іноземцями. У цілому ж, у найважливіших політичних моментах "європейського конструювання" європейський народ звертається до свого минулого як смислоутворювального фактора теперішнього. Яким чином європейці можуть визнати себе, якщо поглянуть на своє минуле. Образ європейських війн, зокрема Другої світової війни, є надзвичайно сильним у сприйнятті минулого жителями Європи. Європейське сприйняття минулого не може просто відтворити національні моделі

колективного тріумфу. У зв'язку з масштабами трагічних подій, уособленням яких була Друга світова війна, витоками європейської колективної пам'яті не може бути відразу тріумф, вона має спершу ґрунтуватися на катастрофі.

З політичною ідентичністю тісно пов'язане питання державної політики по відношенню до меншин. Такі політичні практики можуть бути наступними: асиміляція – ідея пріоритетності панівної культури, культурна гомогенність, готовність надати політичний притулок; ф'южин – політичний курс подібний до асиміляції, проте у ході цього процесу дві або більше культур об'єднуються з метою формування нової культури, відмінної від культур, покладених в її основу; інтеграція – процес, завдяки якому різні елементи об'єднуються у єдине ціле, зберігаючи свою базову ідентичність.

Інтеграційна політика націлена на "ліквідацію різного роду відмінностей, котрі можуть бути загрозою єдності, проте гарантує однакові права та можливості як для більшості, так й для меншості; плюралізм переслідує мету, з одного боку, об'єднати різні етнічні групи, з іншого, дозволити їм підтримувати та культивувати їх специфічні життєві стилі; сегрегація ґрунтується на вірі у пріоритетність панівної культури, котра має за мету утримувати етнічні групи відокремлено одна від одної відповідно до чинної ієрархії. Расова ізоляція є негуманною та расистською формою сегрегації. Однак, сегрегація може бути обрана в якості легальної опції індивідами або меншинами для того, щоб гарантувати своє виживання як окремих соціальних утворень" [175, с. 212 – 213].

Вимоги політичного визнання групи на підставі культурної ідентичності її членів є звичним явищем. Це стосується не тільки культурних меншин. Так, наприклад, колективна ідентичність, що стосується тих, хто сповідує цінності західної цивілізації, повинна бути політично захищеною. Усе ж, не кожна політика ідентичності має справу з культурною ідентичністю. Поняття культурної ідентичності використовують у двох значення. По-перше, індивідуальна культурна ідентичність. Вона може бути унікальною по відношенню до свого носія, мати специфічний набір культурних характеристик. У цьому контексті про культурну ідентичність можна говорити, як про гібрид – продукт культурного

міксу. По-друге, культурна ідентичність, як колективна ідентичність, спільна для усіх членів культурної групи. Культурні особливості характеризують стиль життя членів культурної групи, а їх специфічне поєднання дозволяє відрізнити одну культуру від іншої у глобальному масштабі [158].

Питання європейської культурної ідентичності є однією з найважливіших тем наукових дебатів останніх років. Говорячи про культурну ідентичність Європи, Е. Морен наголошує на тому, що самотність європейської культури була та є постійним генератором та результатом взаємодій та зіткнень багатьох діалогів, котрі сформували як союзні, так й опозиційні сили: релігія – рацію, віра – сумнів, міфічне мислення – критичне мислення, емпіризм – раціоналізм, матеріалізм – ідеалізм, партикуляризм – універсалізм, філософія – наука, гуманістична культура – наукова культура, старе – нове, традиційне – революційне, індивідуальне – групове, іманентне – трансцендентне, "гамлетівська позиція" – "прометеївська позиція". Діалог є характеристикою більшості культур, проте такі діалоги зазвичай обмежені догмами та заборонами. Незважаючи на це, специфіка європейської культури полягає у послідовності та інтенсивності її діалогів, у яких жоден з учасників не встановлює своєї гегемонії [174].

Дослідники європейської культурної ідентичності вказують на її плюралізм та протиріччя на рівні центральних цінностей. Європу можна розглядати як цивілізацію, у якій різноманіття та протиріччя висувають на перший план. Вони й є невід’ємними характеристиками кожної нації. Специфіку європейської ідентичності можна віднайти у автономії її "духу", різноманітті європейського мислення, котре протиставлене таким факторам, як централізація, стандартизація, раціоналізація та бюрократизація.

Європейська специфіка може охоплювати специфіку християнської релігії по відношенню до природи, як немагічної, несвященної, що дозволило використовувати технічні та технологічні розробки з метою контролю над природою; процеси відокремлення влади церкви та держави, становлення держав-націй; застосування раціонального менеджменту в економічному житті,

особливо починаючи з XVII ст. із зародженням сучасного капіталізму; зростання ролі релятивізму та появу ідеологій, а також консолідацію специфічної системи цінностей, котра передбачає прийняття політичних рішень на підставі демократичних процедур у публічному житті.

Специфічна система цінностей повинна бути розглянута як обов'язкова умова для побудови діалогу культур. До таких цінностей можна віднести: повагу до індивіда, його автономії та прав; визнання плюралізму на рівні життєвих стилів та ціннісних відмінностей; соціальну солідарність, тобто впровадження системи соціальної справедливості для усіх без виключення; рівність можливостей у сфері освіти та праці; участь громадян у прийнятті політичних рішень на усіх владних рівнях; усвідомлення вирішальної ролі людського вибору, який формує суспільство; ведення постійного діалогу між групами та суспільствами; пріоритетність раціо та гуманістичних цінностей у публічному житті.

Дискусію з приводу європейської культури потрібно розпочати з аналізу феномену колективної ідентичності. Колективна ідентичність розглядається як необхідна умова демократизації суспільства та підтримання стабільності політичних режимів. На думку вчених джерелами колективної ідентичності держав є спільна історія та історична пам'ять, а також комунікаційні процеси в соціокультурному просторі. Це було задумано не просто як колективна ідентичність, а як своєрідне почуття спільності, котре б не лише забезпечило цілісність суспільства у кризових ситуаціях, а й дозволило б мирно співіснувати політичній більшості та політичній меншості.

Проте, дилема такого підходу полягає в його інкорпорації в модель держави-нації, в тому, що він ігнорує інші концепти колективної ідентичності, одночасно заперечує державний характер Європейського Союзу. Так, західний вчений П. Кілманнзегг презентував свою концепцію колективної ідентичності та зазначив, що без неї Європейський Союз не зможе реалізувати свої демократичні ініціативи. Зауважмо, що вперше Дж. Мілль запропонував таку концепцію ще у 1861 р., говорячи про почуття так званої національної

приналежності, котре може бути згенероване різними способами, проте він віддає перевагу ідентичності політичного минулого, володінню національною історією, на підставі якої формується "співтовариство спогадів". Владні інститути, що не мають ніякої приналежності, не зможуть повноцінно функціонувати у державі, утвореній різними національностями.

Серед людей, позбавлених почуття приналежності, особливо які розмовляють різними мовами, існування єдиної публічної думки, необхідної для повноцінної роботи уряду, просто неможливе [75]. Почуття національної приналежності застосовують по відношенню до держав-націй, проте кожний раз, коли це поняття стосується формацій недержавного характеру, наприклад Європейський Союз, виникають різного роду методологічні протиріччя. Більшість дослідників розглядають Європейський Союз або ж як консорціум, змішану державу, протофедерацію, або ж як унікальну систему. Вони використовують критерій колективної ідентичності у значенні національної ідентичності, акцентуючи увагу на демократичному дефіциті Європейського Союзу.

Також існує думка про необхідність врахування тісного взаємозв'язку між колективною ідентичністю та певною моделлю громадянства. По-перше, колективна ідентичність сприяє дотриманню загальних зобов'язань відповідно до суспільного інтересу. Ця концепція колективної ідентичності експліцитно має політичний підтекст у порівнянні з соціологічними теоріями колективної ідентичності, що ґрунтуються на процесі колективного сприйняття відмінностей між нами та ними, тобто своїми та чужими.

Політичний підхід до колективної ідентичності охоплює два виміри. З одного боку, горизонтальний – "Ми-приналежності" між індивідами, котрий апелює до спільності безвідносно до джерел цього почуття. Горизонтальний вимір є необхідною умовою колективної ідентичності, однак недостатньою. З другого боку, можна зробити припущення про існування вертикального виміру, що має функціональну природу. У межах нього колективну ідентичність детермінують через її вплив на поведінку індивідів. Якщо фактор спільності не переходить у загальні зобов'язання відповідно до суспільного інтересу, то

колективну ідентичність не можна розглядати у політичному контексті. По-друге, колективну ідентичність доцільно визначити не як статичну, а як феномен, який постійно конструюють та реконструюють.

Згідно британського філософа Н. Еліаса, індивіди підтримують баланс Ми – Я, в якому Ми-приналежність стосується колективної ідентичності індивідів, а Я-компонент характеризує специфічні аспекти індивідуальної ідентичності. Тому, можуть існувати різні комбінації індивідуальної ідентичності. Схема Ми – Я може посилатись на Я-компонент та одночасно містити мінімальну Ми-приналежність. Якщо ж орієнтація на Я-ідентичність носить довготривалий характер, такий процес можна позначити, як індивідуалізацію, в ході якої баланс Ми – Я трансформується у баланс Я – Ми. У свою чергу, Ми-компонент може домінувати у такій схемі та призвести до стабільної колективної ідентичності.

Конструювання колективної ідентичності у політичному контексті перебуває під впливом різних форм громадянства, адже ніхто не народжується уже сформованим громадянином, кожен з нас проходить певні етапи соціалізації, спочатку в сім'ї, освітній системі, потім у політичній, беручи участь у прийнятті політичних рішень. Зауважимо, що колективна ідентичність може зіткнутися з різного роду викликами, наприклад, тиском з боку соціальних змін на існуючу модель громадянства в політичних структурах держави. Тому, концепт громадянства тісно пов'язаний з колективною ідентичністю, оскільки різні моделі громадянства можуть артикулювати різні колективні ідентичності [78, с. 178 – 180].

У цьому контексті теоретичним базисом конструювання аксіополя інформаційного суспільства є дві концепції. Перша з них – концепція "невидимої релігії", запропонована німецьким соціологом Т. Лукманом, друга – концепція "культурної пам'яті" Дж. Міля. Обидві концепції акцентують увагу на важливості знання, яке розділяє спільнота. Концепт релігії акцентує увагу на обов'язковому характері цих знань, а концепт пам'яті – на їх можливості встановлювати певні зв'язки між поколіннями та конструювати ідентичність.

Феномен "невидимої релігії" існує усередині певної культури, як парадигма сенсів для різних культурних практик, комунікацій та рефлексій до яких належить "видима релігія". У концепції невидимої релігії Т. Лукмана здійснюється розмежування двох понять: невидимої та видимої релігії. Невидима релігія постає перед нами як вище, латентне, таке, що детермінує взаємовідносини індивідів з суспільством та світом. Видима ж релігія проявляється у специфічних інститутах культу та священства.

Тому можна говорити про секуляризацію та втрату легітимності лише стосовно видимої релігії, тобто інституціоналізованої релігії, проте безвідносно до невидимої релігії. До цього варто додати ще й міжкультурні суперечності між невидимою та видимою релігією. Згідно Т. Лукмана, "невидима релігія – це символічні універсуми взагалі, у той час як видима релігія – релігійний космос зокрема" [169, с. 65].

Під культурною пам'яттю можна розуміти інституціоналізацію невидимої релігії (згідно Т. Лукмана), тобто тотальність форм, у яких символічний світ значень може бути комунікований. Питання полягає у підтриманні символічних універсумів через покоління, традиції, як континуальності смислів, світу та ідентичності. Т. Лукман пов'язує свою концепцію невидимої релігії з процесом індивідуалізації, формуванням власного "Я". Біологічний організм стає "Я", взаємодіючи з іншими через структуру об'єктних та моральних універсумів смислів. У випадку відсутності останніх індивідуальний досвід не може бути інтегрований у соціально детерміновану, морально релевантну біографію. Колективна та індивідуальна ідентичності, суспільство та індивід, культурна та індивідуальна пам'ять, соціальні витоки та індивідуалізація свідомості та моралі є взаємними умовами, що формують два аспекти одного культурно об'єктивного та соціально опосередкованого знання.

Можливість розвитку персонального "Я" ґрунтується на цілісності, системності світогляду. Така цілісність, у свою чергу, є функцією культурної пам'яті, символічними та інституціональними, тобто культурними формами, у яких світогляд об'єктивований, континуальний та праксеологічний. Поряд з

окремим світоглядом культурна пам'ять розповсюджує та продукує усвідомлення єдності, унікальності та відчуття приналежності серед членів групи. Формування такого усвідомлення необмежене лінгвістичними об'єктиваціями та символами. На думку вчених, залежно від тієї ролі, яку тексти та ритуали відіграють у цьому процесі, їх розглядають у двох контекстах: формативному та нормативному. Нормативні тексти – прислів'я, правила ігор, закони – відповідають на питання "Що треба робити?", допомагають оцінити ситуацію та, посилаючись на зроблені висновки, приймати відповідні рішення. Вони передають практичні знання та регулюють суспільні відносини. Формативні тексти – міфи, оповідання про героїв, генеалогія – відповідають на питання "Хто ми є?". Вони суттєво впливають на процес формування ідентичності [131]. Таким чином, аксіосфера інформаційного суспільства ґрунтується на спільних традиціях, знаннях та культурній пам'яті, що соціальних суб'єктів у єдиний соціальний простір.

Аксіосфера інформаційного суспільства зазнає постійного впливу таких чинників як: мультикультуралізм, космополітизм, транскультуралізм. У цьому контексті ключовим фактором виступає культурний плюралізм, який можна охарактеризувати як результат практичної діяльності різних форм імперативних інститутів (освіта, релігія тощо). Якщо інститути охоплюють соціальні та культурні аспекти, то культурно диференційовані блоки відрізняються з позицій їх інтрасоціальної організації.

Зважаючи на це, можна прослідкувати відповідність соціального плюралізму культурному, проте межі культурно диференційованих одиниць та структурно диференційованих одиниць можуть не співпадати. За таких умов доцільно розрізняти два базових типи суспільства: інтегровані суспільства, що характеризуються консенсусом та культурною гомогенністю/гетерогенністю (однак, лише у формі варіацій навколо спільної базової інституціональної системи) та організовані суспільства, для яких характерним є культурний плюралізм та брак консенсусу.

Це передбачає наступне: культурна гомогенність/гетерогенність є обов'язковою для демократичних форм правління. Новоутворені незалежні держави можуть або "розформуватися" в окремі культурні блоки, або ж підтримувати свої ідентичності, але за умови панування та субординації по відношенню до етно-національних груп. Формування відповідного рівня культурного плюралізму може здійснюватися завдяки акцентуванню уваги на елементах культурної подібності, як базису асоціації, або ж культурних відмінностях, як абсолютних перешкодах для асоціації.

Медіативна функція культурної ідентичності детермінована транскультуралізмом та культурною гібридизацією. Поняття транскультуризації стосується процесу, під час якого культурні форми рухаються у часі та просторі, де вони взаємодіють з іншими культурними формами, впливаючи одна на одну, продукують нові форми та змінюють культурне середовище. Такі синтези часто є результатом фізичного переміщення людей з одного географічного середовища до іншого.

Проте, транскультуризація – це не просто наслідок своєрідного "переселення народів". Багато культурних кросингів зумовлені медіа- та культурною індустрією. Сучасні технології трансформують базові осі "культурної" відстані – час та простір. Інформаційно-комунікаційні технології дають змогу не лише по-новому використовувати культурний час, а й забезпечують циркулювання інформації з однієї частини світу в іншу, сприяючи все новим культурним синтезам. Синкретизм класичного та сучасного сьогодні є одним з найпопулярніших трендів. Транскультуризація породжує культурні гібриди – злиття культурних форм [170].

Культурна гібридизація стосується способів, якими форми відділяються від практик та рекомбінуються з новими формами у нові практики. Співвідношення локального та глобального продукує відповідний гібрид. Ідентичності не змінюються незалежно, навпаки елементи культури інкорпорується для створення нової гібридної форми. Формування гібридної

ідентичності є подвійним процесом: локальне має вплив на глобальне, а глобальне – на локальне.

Локальне "універсалізується", а універсальне "локалізується". Результатом цього є відповідна форма гібридності, котра виражає протистояння, конфлікт та/або комбінування двох і більше етнічних, культурних одиниць, які прагнуть розуміння та визнання їх значимості членами суспільства. Зазвичай, учені вбачають гібридність у контексті колонізованих культур, що були дестабілізовані. При цьому, якщо раніше гібридну ідентичність вважали неповноцінною, то сьогодні бути гібридом стало нормою. Ті, хто займають гібридний простір, наділені як локальними знаннями, так й почуттям глобального космополітизму. Таким чином гібридність містить часткову тотожність, різноманітні ролі, є плюралістичною за своїм змістом.

Гібридна ідентичність може виникати як феномен, котрий робить виклик кордонам. Такі ідентичності займають "третій простір", або виникають унаслідок "діаспоризації" населення. І, нарешті, "гібридні ідентичності формуються, коли різноманітні ідентичності існують у межах певних кордонів та об'єднуються для того, щоб створити нову форму ідентичності. Така гібридна ідентичність, що виникла у середовищі імпліцитно колонізованих народів, є обмеженою кордонами" [163, с. 6].

Медіативна функція культурної ідентичності спрацьовує за принципом переговорів. Культурна ідентичність, як медіатор аксіосфери інформаційного суспільства, забезпечує обмін цінностями у плюралістичному комунікаційному середовищі, суб'єкти якого синтезують декілька ідентичностей та сповідують відповідні цінності, зумовлені соціальними контекстами. Ідентичність можна віднайти у повідомленнях, котрі циркулюють по комунікаційним каналам. Комунікація є тим процесом, під час якого два або більше індивідів обмінюються ідеями, цінностями та переконаннями.

У цьому контексті культура виконує роль смислотворчого фактора. Культурну ідентичність можна визначити як відчуття приналежності до культурного співтовариства, яке підтверджує індивідуальність соціального

суб'єкта та сформоване індивідами, їх інтеракціями та контекстом, в якому вони встановлюють соціальні зв'язки. Культурна ідентичність охоплює матеріальні й духовні цінності, моральні норми, звичаї та вірування; вона постійно визначає, що було, що є та, що може бути (функція прогнозу). Це свідчить про її відкритість та динамічність [166].

Таким чином, медіатором гетерогенного аксіополя інформаційного суспільства є культурна ідентичність. Її особливість полягає у тому, що по відношенню до свого носія вона унікальна, проте коли культурна ідентичність виходить на інтра- або інтергруповий рівень, спостерігається її гібридизація, яка зумовлена взаємодією членів спільноти та варіацією їх стилів життя. У той же час культурна ідентичність виступає досить ефективним механізмом відтворення життєвого стилю, вираження певного смислу та ціннісного ставлення соціального суб'єкта до світу.

Відзначимо, що внаслідок культурної гібридизації культурна ідентичність активує свій медіативний потенціал. В основі її медіативної функції лежать комунікаційні процеси, під час яких відбувається обмін інформацією, цінностями, традиціями, життєвими стилями між соціальними суб'єктами. Результатом таких переговорів можуть бути нові інтерпретації соціальної реальності, які визначають новий ціннісний вибір соціального суб'єкта. Загалом, культурна ідентичність покликана стримувати або нейтралізовувати будь-які деструктивні процеси, які можуть перешкоджати міжкультурному діалогові, спрямовувати переговори соціальних суб'єктів на процес пізнання нових істин та культурне збагачення.

3.2 Функціонування релігійних, етнічних та національних цінностей в інформаційному суспільстві

Важливими підсистемами аксіосфери інформаційного суспільства є релігійні, етнічні, національні цінності. Релігійна підсистема детермінована

відповідними релігійними парадигмами соціумів. Такі парадигми як відрізняються між собою, так й мають багато спільних рис. Особливості релігійного світогляду суттєво залежать від етнічних ідентичностей, які свого часу й детермінували специфічність кожної релігії.

Проте, існує деяка універсальна релігійна площина, подана "невидимою релігією", котра фактично надає релігійним ціннісним системам спільну платформу, деяке єдине невидиме благо, артикульоване їх релігійними доктринами. Для релігійних аксіосфер надзвичайно важливим є підтримання комунікації та соціалізації, розроблення та впровадження символічних сутностей, вербальних та невербальних практик. Установлення кордонів між релігійним та етнічним аксіопросторами носить умовний характер. Адже в основі релігійних ціннісних систем лежить метанаратив, незважаючи на те, що деякі постмодерністські концепції вказують на користь його занепаду.

Значення та роль метанаративів якісно переосмислюється сучасним суспільством, і, якщо раніше він був деяким імперативним кодексом, то сьогодні більшість вбачає в ньому порятунком від деструкції власного "Я", впливу делегітимізації інститутів на ціннісні орієнтири особистості. Такий метанаратив виступає єдиним джерелом сенсів. До того ж, таке переосмислення часто зумовлене біполяризацією опозиції між мережею та "Я", тому що інформаційне суспільство більше проявляє себе через мережеві соціальні формації.

Згадаймо М. Кастельса та його мережеве суспільство, у якому люди думають, що вони є автономними учасниками мережі, хоча насправді остання селективно детермінує їх поведінку. Пошук цінностей в релігійних метанаративах може покласти початок морально-духовному ренесансу людства. Релігійні ціннісні системи є одними з найбільш консервативних феноменів, вони переслідують за мету не створити щось нове, а скоріше інтерпретувати у сучасних соціальних контекстах цінності минулого.

В інформаційному суспільстві релігійна ціннісна підсистема може бути подана як своєрідна "ціннісна цитадель", проте її роль ні в якому разі не варто перебільшувати. Будь-який елемент аксіосфери інформаційного суспільства

повинен займати свою нішу у соціальній реальності та виконувати конкретні функції. В інформаційному суспільстві зі слабо диференційованими моральними інститутами релігійна підсистема покликана бути "проповідником" гуманістичних цінностей та ліберальної толерантності, яка посиляється на віру в вище благо та його беззаперечний авторитет. При цьому жодна релігійна доктрина не повинна домінувати, тому що це може призвести до інтолерантності, одним із проявів якої є тероризм.

Для етнічної ціннісної підсистеми важливими є історичний та просторовий чинники. Вона забезпечує самодетермінацію певних культурних груп та сприяє легітимізації їх автентичності. Етнічні цінності – це складноінтегровані феномени, тобто їх практично неможливо об'єднати під гаслом єдиного глобального етносу. Кожна етнічна ціннісна система є унікальною по-своєму, вона є результатом соціально-економічних, структурних трансформацій. Етнічні цінності ґрунтуються на традиціях, звичаях та історичній свідомості. Їх можна розглядати як своєрідні захисні інструменти, націлені на збереження автономності етносів. В інформаційному суспільстві етнічні ціннісні системи можуть бути вразливими.

Однак, варто відзначити й їх гнучкість та відносну стійкість завдяки колективним спогадам, реактивації групових блоків пам'яті та використанню минулого, як фактора побудови майбутнього. Так, наприклад, будь-який європейський народ в умовах інтеграції у єдиний соціоекономічний та політичний простір все ж зберігає автентичність свого ціннісного етнічного поля. Сьогодні етнічні цінності мають здебільшого імпліцитний, а не експліцитний трансформаційний потенціал. А тому проблема їх функціонування є надзвичайно актуальною для сучасного наукового дискурсу.

Поряд з релігійними та етнічними ми виділяємо ще й національну підсистему аксіосфери інформаційного суспільства, яка слугує надбудовою над релігійним та етнічним базисом. В основі національної підсистеми лежить західна або східна модель національної ідентичності. За своєю природою національна підсистема може бути як первинною, так й сконструйованою, що залежить від соціального

контексту. Якщо її формування зумовлене історичним та просторовим факторами, то вона є первинною. Основою національної підсистеми, безвідносно до того, чи вона первинна, чи сконструйована, є єдина територія, міфологія та колективні спогади, культура та соціально-економічний устрій тощо.

У національну підсистему можуть бути інтегровані будь-які типи колективної ідентичності – класова, расова, релігійна, етнічна, можливий синтез різних культурних та ідеологічних практик. Однак, постає логічне запитання, якщо національні цінності складно структурований феномен, то яким чином відбувається врегулювання та узгодження різних ціннісних систем, які існують одночасно в ньому; що є метанаративом-детермінантою ціннісної палітри, та до яких модусів вона апелює. Цінності можуть еманувати з різних модусів: нації-patria або нації-клану.

Центральним елементом модусу нація-patria виступає історично успадкована територія. Варто наголосити на символічному значенні останньої та її смислотворчих інтенціях. По-перше, деяка єдність території та народу, що історично склалася уже укорінилася у свідомості певної групи людей. По-друге, колиска нації беззаперечно є депозитарієм історичної пам'яті багатьох поколінь. Це символ мудрості, святості, вона асоціюється з певними визначними подіями та героїчними вчинками. Ще одним не менш важливим елементом, на якому хотілося б акцентувати увагу є ідея patria, котра й детермінувала цей модус. Така ідея надає політичну платформу ціннісній системі.

На відміну від релігії, де універсальне благо для свого підтвердження потребує віри, ідея patria наголошує на імперативному характері цінностей, які потребують не віри, а легітимізації. Звідси й еманують цінності правової держави та громадянського суспільства. Таким чином, модус "нація-patria є досить стійким утворенням завдяки своїм базовим елементам: територія як "колиска нації" забезпечує формування національної приналежності, а ідея patria є тим регулятивним механізмом, який активує ціннісну систему соціуму легальними практиками. Цінності можуть набувати форм

уніфікованих кодексів прав та обов'язків, які ґрунтуються на раціональному першоджерелі" [175, с. 214 – 215].

У модусі нації-клану фігурує генеалогія співтовариства та його культурна оригінальність. Тобто, аксіологічними засадами у цьому контексті можуть виступати "родинні зв'язки, нація, як велика сім'я, та специфічний стиль життя, репрезентований культурними практиками. Така ціннісна система схильна до флуктуацій" [175, с. 218].

Ідея визнання походження спільноти та унікальності її культури забезпечує соціальну платформу для ціннісної системи, на відміну від віри та політичної платформи у модусі нація-patria. Цінності покликані мобілізувати сили народу, спрямовані на захист звичаїв та традицій від різного роду зовнішніх впливів. Однак, ціннісна система виступає тим елементом, який обмежує свободу вибору національної приналежності. Вона може слугувати й бар'єром у міжнаціональних відносинах, подолання якого може призвести до послаблення позицій та авторитету інтранаціональних ціннісних систем. Культурний, міфологічний та лінгвістичний чинники націлені на подолання можливих етнолінгвістичних кризових ситуацій. Повага до своєї родини екстраполюється на усю націю.

У плюралістичних суспільствах репрезентовані модуси у більшості випадків об'єднані загальними національними дискурсами. А отже, національні цінності інтегруються в соціальну реальність як ідеї та ідеали нації-patria, так й нації-клану. Залежно від геополітичного положення та історичних умов формування, у схемі саморепрезентації національної підсистеми домінує один з трьох чинників: віра, легітимізація або визнання, проте всі вони присутні у ціннісній системі.

Що ж до питання сконструйованої національної аксіологічної підсистеми, то вона тісно пов'язана з трансаксіологічними феноменами. Такі процеси мають місце тоді, коли одні ціннісні орієнтири взаємодіють з іншими, відбувається їх взаємопроникнення на рівні аксіологічних полів у часі та просторі. Завдяки інформаційно-комунікаційним технологіям та розвинутим культурним

технологіям інформаційного суспільства "ціннісні кросинги" стають цілеспрямованим процесом, що переслідує за мету конструювання деякої гібридної ціннісної системи. Наприклад, європейську систему цінностей можна позиціонувати як гібридну, вона є результатом не лише історичного процесу, але й аксіоконструювання. У конструюванні транснаціональної аксіосфери на перший план виступають комунікативні та функціональні практики.

Сьогодні під час конструювання соціальної реальності все більший вплив мають модуси, що є продуктами віртуальної реальності, котра є однією з просторових детермінант аксіосфери інформаційного суспільства. Інформаційне суспільство наближає появу "віртуалістського світосприйняття" та орієнтації людини на віртуальність практично на всіх рівнях своєї організації. Включеність тіла в інтерфейс, інтенсивність та динаміка взаємодій, репрезентація тіла у штучному середовищі призводить до екстраполяції цих факторів й на ментальне тіло людини, яке поряд з фізичним починає залежати від середовища, створеного комп'ютерними технологіями.

З цього приводу доречною є думка вітчизняної дослідниці Л. Піддубної, що "сьогодні найважливіші трансформації соціальної реальності пов'язані з розробкою й масовим поширенням нових інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема, трансграничних глобальних інформаційно-комунікаційних мереж. Комп'ютерні технології організовують або синтезують "крихти інформації" в когерентні моделі реальності, розширюють межі можливого; створюють потоки нових теорій, ідей, ідеологій, художніх осяянь, технічних проривів, економічних і політичних інновацій, які до сих пір були немислимі. Людина створила комп'ютерну культуру як штучну природу, уподібнивши себе творцю; творить світ на свій розсуд і відповідно до свого рефлексивного образу" [82, с. 11]. Все це звичайно впливає і на ціннісну систему індивіда, спільноти, як такої, що релокалізована у віртуальну реальність та ідентифікує себе не з природним середовищем, а з кіберпростором.

Для віртуального середовища характерна інтерактивність. Учені вважають, що взаємодія у віртуальному середовищі відбувається не на

вербальному рівні, а на рівні аудіовізуальних образів та моторних реакцій у відповідь на них. Інтерактивність та динаміка віртуальної реальності вимагають надзвичайно інтенсивної моторики.

Масові програми кіберреальності, комп'ютерні ігри – демонструють, наскільки значимими є адаптаційні можливості мозку. Репрезентація тіла у кіберсередовищі відіграє ключову роль у досягненні ефекту ментального занурення. У цьому контексті цілком можливе формування кібераксіосфери на підсвідомому рівні. Спершу людина у комп'ютерному світі приміряє різні тіла та обличчя, потім виникає аналогія з "текстовими віртуальними реальностями", в яких вона будує свою вербальну репрезентацію.

Тілесна та вербальна репрезентації виступають опорним елементом світосприйняття, з якого еманують кіберцінності. Небезпека полягає у ф'южині штучних та традиційних ціннісних систем, складності їх розпізнавання. Можна провести аналогію з концептом кіборга – людиною-роботом, який артикулює ідею злиття людини та "розумних машин". Кібернетика розглядає живі й технічні системи з єдиних позицій, фактично анулюючи межі між реальним та віртуальним світом. Вона прагне створити змішану систему, що складається з біологічних та механічних частин. Поряд з "органопроекцією" можлива "аксіопроекція", подібно "ретинальним дисплеям", що проєктують зображення за допомогою лазерного променя безпосередньо на сітківку ока. Сучасні технології здатні спроекувати "ціннісну матрицю" та імплантувати її у свідомість соціального суб'єкта у віртуальній реальності, у якій він є більш рецептивним до зовнішніх впливів.

Кібераксіосфера не потребує ані тривалого часу, ані віри, ані легітимізації, вона не потребує й визнання. Усе, що необхідно для її становлення, – це мінімум часу та відповідні гаджети, за допомогою яких буде налагоджено обмін імпульсами з комп'ютерами та програмування ціннісних орієнтирів, наприклад, за допомогою мікрочіпа. Якщо й далі займатися кібернетичними дослідженнями, можна досягти фізичного безсмертя, отримати суперінтелект тощо. Постійні перегони у сфері інформаційно-комунікаційних технологій ставлять під сумнів

гуманність технопрогресу, породжуючи безліч питань етично-морального, соціально-філософського та антропологічного характеру.

Звернемося до теоретичного дискурсу, у якому, як граничний випадок, розглядається ситуація шизосуб'єкта, яка виникає під час розмивання кордону між внутрішнім та зовнішнім, "моїм" та "чужим" [34]. Цей стан може бути деякою термінальною точкою злиття тіла та техніки: "Я-почуття" відділяється від власного тілесного образу, "моє тіло" не тільки перестає бути моїм, воно перестає бути органічною та психофізичною єдністю. Утрачається здатність відчувати межі власного тіла, без якого неможливе почуття "Я", відсутня межа, яка відділяє та зв'язує внутрішні події життя тіла із зовнішніми обставинами.

За таких умов сучасні французькі мислителі Ж.Дельоз та Ф.Гваттарі говорять про шизофренію і шизофреніка як становище, що нібито забезпечує індивіду доступ до "фрагментарних істин", свого роду "шизофренічного дискурсу". На думку вчених, "бажаюча машина" по суті справи символізує вільного індивіда – "шизо", який, як "деконструйований суб'єкт" (власне "недетермінований") породжує себе як вільну людину, позбавлену відповідальності, самотнього і радісного, здатного, зрештою, сказати і зробити щось просто від свого імені, не запитуючи на те дозволу: це бажання, яке не потребує ні в чому потреби, потік, який долає бар'єри і коди, ім'я, яке більше не означає "це". Він просто перестає боятися з'їхати з глузду" [42, с. 24].

Поряд з алармістськими настроями в цьому питанні існує й прогресивний оптимізм. Наприклад, австралійський художник Стеларк з натхненням досліджує перспективи злиття людини й техніки. На його думку, людське тіло підійшло до кордонів своїх можливостей, "пережило себе", а тому час зайнятися розробкою постеволюційних стратегій його розвитку та відкинути зайву делікатність. Такі проекти, як Movatar та ParaSite інвертують схему взаємодії людини з кіберреальністю: безтілесна інформація (аватар або зображення з Інтернету) "приводить у дію" людське тіло. На думку митця, його акції знаходяться в руслі традиції, адже людина завжди була одночасно зомбі

(тобто її поведінка керувалася ззовні) та кіборгом (тобто широко застосовувала техніку у своїй діяльності) [Цит. за: 53, с. 254].

У даному контексті американський соціолог В. Феркіс намагався передбачити зміни в людині. На його думку: "Людство знаходиться зараз на порозі нової влади над собою та навколишнім середовищем, що може змінити його природу так само фундаментально, як змінила його вертикальна ходьба та застосування знарядь праці" [123, с. 37]. У своїй теорії вчений протиставляє "технологічну людину", яка має з'явитися внаслідок відповідних змін у технічному розвитку суспільства, "індустріальному" типу людини, що породжена цивілізацією, орієнтованою на виробництво товарів та їх споживання.

Вказаний автор перелічує такі риси "індустріальної" людини як: раціоналізм, орієнтація на владу та матеріальний добробут, ставлення до природи, ідей та інших людей як до інструментів своєї влади. Тому, коли людина входить у стадію суспільного розвитку з необмеженими технологічними можливостями, виникає небезпека, що, одержавши нові засоби маніпулювання людьми та зміни навколишнього середовища, вона використає їх в корисних цілях. А тому, на думку теоретика, "єдиний порятунок для раси — це створення технологічної людини" " [123, с. 38]. Такий тип людини, вважає В. Феркіс, контролюватиме власний розвиток у контексті науково-технічного прогресу. Зрештою, сенс життя "технологічної людини" зводиться до того, щоб знайти себе, виконати до кінця свою роль у Всесвіті, самореалізуватися.

Загалом, удосконалення людино-машинного інтерфейсу змушує по-новому поглянути на тіло та його функції. Ж. Бодрійяр розглядає низку моделей тіла, ті ідеальні типи тіла, які виробляються і закарбовуються у системах, що змінюють одна одну: труп — у медицині, звір — у релігії, робот — у системі політичної економії, манекен — у системі політичної економії знаку. Сучасні соціальні практики формують нову модель — тіло-інтерфейс, тіло, яке є принципово змінюваним, варіативним, довільним, тіло, як набір опцій.

У свою чергу, сучасні інформаційні технології формують іншу модель — тіло-аватар, подібно до лаканівських мотивів, коли віддзеркалення у люстрі є

первинним щодо тілесної само ідентичності [Цит. за: 53, с. 254 – 255]. Сьогодні аватарка, віртуальне тіло у кіберпросторі, починає домінувати у структурі особистої, в тому числі соматичної ідентичності.

У кіберпросторі суттєвих трансформацій зазнає й ментальний ландшафт людини. Так, ментальні тіла набувають квазіформ, їх підміняють почуття, симульовані у кіберреальності, які сприймаються людиною, як свої. Крім того, вона не піддає їх ані сумніву, ані осмисленню через надвплив аудіовізуальних образів. Ментальне тіло не лише деформується, воно стає деструктурованим. Варто відзначити, що у цьому контексті мається на увазі здатність інтелекту продукувати ціннісні орієнтири та ні в якому разі не піддається сумніву факт його існування та функціональні можливості.

Наприклад, комп'ютерна гра – імітація соціальної реальності з однією лише поправкою: цінності не формуються під час гри, модель ціннісної системи уже інкорпорована та запрограмована, людині треба спожити її як готовий продукт. З одного боку, кіберпрактики можна застосовувати для корекції девіантних форм поведінки, соціалізації індивідів або груп індивідів, проведення превентивних заходів, а з іншого – загрожують перенесенню віртуальних смислів (часто агресивних, антигуманних, соціальнонебезпечних) в об'єктивну, соціальну реальність.

Отже, у віртуальній реальності існують два модуси людського буття, які одночасно протистоять та взаємодіють між собою – тіло-аватар та симульований *mentalis*. Для відновлення рівноваги необхідні стабілізаційні фільтри, котрі поєднують у собі субстантивні та функціональні якості та психофізіологічні аспекти. Такі фільтри – це, у першу чергу, додаткові символічні форми, медіатори, об'єднані у деякому культурно-ідеологічному синтезі, які постійно спонукають людину замислюватися над правильністю та етичністю своїх вчинків у мережі. Вони можуть сприяти формуванню нових соціальних контекстів у віртуальному середовищі.

Таким чином, релігійні, етнічні та національні цінності конституують аксіосферу інформаційного суспільства. Релігійна підсистема спрямована на

інтерпретацію кращих ціннісних здобутків людства у нових соціальних контекстах інформаційного суспільства та духовне оновлення людства. Важливою умовою функціонування та підтримання релігійних цінностей є комунікація та соціалізація, розроблення нових практик, котрі дозволили б передавати знання та досвід наступним поколінням. Що ж до етнічної підсистеми, то вона за основу має традиції, звичаї та історію конкретного народу. Вона забезпечує самодетермінацію конкретних культурних груп та сприяє легітимізації їх автентичності. Національна підсистема слугує надбудовою над релігійним та етнічним базисом.

У віртуальній реальності релігійні, етнічні та національні цінності можуть бути селективно інкорпоровані, а базовими модусами буття людини є не ідентифіковані з жодною з цих підсистем тіло-аватар та "симульований *mentalis*", що несе як позитивні, так і негативні наслідки для життєдіяльності людини в об'єктивній, соціальній реальності.

3.3. Експлікація аксіосфери інформаційного суспільства у контексті віртуального простору

Аксіосфера інформаційного суспільства інтегрована у віртуальну реальність та соціальні комунікативні мережі, в межах яких формуються нові ціннісні орієнтири соціальних суб'єктів. Визначення природи аксіосфери інформаційного суспільства передбачає з'ясування, яким чином цінності суспільства корелюються з їх віртуальними прототипами. З цього приводу можна запропонувати дві гіпотези. По-перше, аксіосфера у віртуальній реальності відображає ціннісну систему суспільства.

Віртуальну реальність формують інформаційно-комунікаційні технології, як засоби впливу на людину на підсвідомому рівні. Як справедливо зазначає М. Кастельс, інформаційно-комунікаційні технології стали аудіовізуальним навколишнім середовищем, з яким ми постійно і автоматично взаємодіємо [145].

Це пов'язано з тим, що інформація стає самостійним економічним і соціальним ресурсом, пронизуючи всі сфери життєдіяльності людини.

Швидкі темпи суспільного розвитку основ до соціальної ідентифікації постійно ставлять перед людиною завдання орієнтації в складному соціальному світі, а засоби масової інформації в силу інтерпретативного характеру даних, що передаються, дозволяють вирішити це завдання максимально зручним чином. Також ці інформаційно-комунікаційні технології представляють сучасній людині великий простір пошуку основ для соціальної ідентифікації. Інформація, що передається за допомогою цих технологій, "розширює перед індивідом можливість вибору групи приналежності, тобто надає ширший перелік різних груп, їх безпеку і удосконалює оцінку їх зі сторони споживача інформації" [36, с. 246]. Зростаюча інтерактивність сучасних інформаційних потоків (перш за Інтернет) визначає і великі можливості безпосередньої активної участі людини в цьому процесі, можливості конструювання своєї соціальної ідентичності. Інтернет доповнює фізичний світ новими контекстами, ситуаціями та формами взаємодії, розширюючи комунікаційні можливості суб'єктів. Незважаючи на те, що більшість дослідників позиціонують Інтернет як віртуальну реальність, його можна охарактеризувати і як віртуальну, і як соціальну реальність.

З одного боку, якщо Інтернет існує у нашому реальному житті, то як ми можемо говорити про його віртуальність. Він створений за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, а усі результати нашої діяльності у мережі мають соціальний характер. Інтернет також створений спільними зусиллями його розробників та користувачів, який мав би бути копією фізичного світу. Виникає логічне запитання про реальність чи віртуальність соціальних процесів, які мають місце у мережі Інтернет.

Якщо комунікація відбувається без фізичної присутності, а між членами певної групи немає абсолютно ніяких зобов'язань, то соціальні процеси з площини реальної переходять у площину віртуальну. Однак, чи будуть такі соціальні процеси істинними, якщо їх референти не беруть в них прямої участі.

Їх участь опосередкована, а отже під час комунікації у мережі виникає "*gap period*", позбавлений додаткових контекстів, епізодів, умов, соціальних акторів, які є в реальному житті.

Для пояснення феномена "*gap period*" наведемо приклади. Так, під час "*face-to-face*" комунікації суб'єкти перебувають у фізичному просторі, котрий несе додаткове емоційне, психологічне та аксіологічне навантаження. У мережі можлива як он-лайн, так й оф-лайн комунікація. Зазвичай, під час он-лайн комунікації суб'єкти швидко встановлюють та підтримують зворотний зв'язок. Фактором, який впливає на ефективність он-лайн комунікації є експліцитна зацікавленість її суб'єктів, артикульована мемами. Он-лайн комунікація може перейти в режим оф-лайн через лімітовані можливості суб'єктів у віртуальній реальності. Попри переваги віртуального спілкування воно не може цілком замінити фізичний світ. Перехід в оф-лайн режим характеризується наявністю "*gap period*", під час якого додаткові контексти та соціальні актори фізичного світу впливають на інтерпретацію комунікації, яка мала місце у віртуальному просторі. З одного боку, це має свої позитивні наслідки, сприяючи переосмисленню, формуванню нових ідей та поглядів на комунікацію в он-лайн режимі. З іншого боку, комунікація перервана, непослідовна, видозмінена.

Механізм формування цінностей у мережі Інтернет відрізняється від традиційного. Важливою складовою цього механізму є комунікація. Через постійне вдосконалення комунікаційного процесу, відсутність стійких соціальних структур та зв'язків, цінності втрачають безпосередній зв'язок з конкретними суб'єктами. Інколи складно встановити, кому вони належать через високу швидкість та обсяги інформаційних потоків, які ускладнюють процес ідентифікації. Цінності в Інтернеті формуються під час хаотичних інтеракцій людей з абсолютно різними, а можливо, й протилежними поглядами на життя.

Єдиним інтегративним чинником таких тимчасових соціальних новоутворень виступає спільний інтерес та цілі, досягнувши яких, віртуальне ком'юніті розпадається. У такій, на перший погляд, хаотичній системі все ж можуть існувати деякі закономірності та етичні кодекси. З цього приводу

Л. Піддубна зазначає, що формування інформаційного суспільства сприяє розвитку соціуму за нормами, котрі ґрунтуються на пріоритетах особистісного зростання людини. що відбувається на тлі діалогу й поліфонії світових культур, світосприймань, подій та процесів, трансформували традиційні моделі соціальної, економічної, політичної діяльності та створивши цінності і світоглядні орієнтири.

У сучасних умовах інформаційно-комунікаційні технології інтегруються у сферу суспільних відносин і стають вирішальним фактором трансформацій індивідуальної й масової свідомості. Уніфікуючи соціальні практики, забезпечуючи включення людей у глобальний інформаційний обмін, кіберкомунікативний континуум, технології стають знаряддям психологічного тиску й умисного втручання в емоційно-вольову сферу особистості, розширюючи сублімовані форми агресивності., при цьому нормативно-регулятивний потенціал інформаційного суспільства визначається як система норм, що визначає межі соціальної необхідності або зобов'язань соціального суб'єкта щодо кіберкомунікативного співтовариства, до якого він належить [82, с. 9 – 10]. І далі авторка цілком правомірно констатує, що "розвиток інформаційно-комунікаційних технологій провокує масштабні соціальні зміни, розширення й глобалізацію мережевої взаємодії, віртуалізацію повсякденного життя, нові принципи конструювання соціальності, нові проблеми щодо розуміння віртуальної свободи, розподілу влади в соціальній реальності, креативне використання людиною нових технологічних можливостей" [82, с. 11]. Так, Facebook представляє реальних людей та асоціації, позиціонується як безпечна мережа.

Існує перелік речей, заборонених у Facebook. Наприклад, ми не можемо за власною ініціативою надсилати повідомлення людям, яких немає у списку наших друзів чи переглядати фотографії тих осіб, чиї сторінки мають обмежений доступ. У Facebook небажано надавати недостовірну інформацію, особливо про себе, використовувати чуже ім'я чи профайл. У мережі існують й вікові обмеження. Крім цього, заборонено тролити та спамити. У Інтернеті тролінг – це, у першу чергу, свідоме розміщення образливих матеріалів на веб-

сайтах. Спам – це розсилка рекламних повідомлень у великій кількості. Якщо займатися такою діяльністю у Facebook, ймовірно аккаунт закриють. У соціальній мережі також заборонено завантажувати нелегальний контент. Попри обмеження, Facebook – це мережа для людей та про людей, що виступає за свободу слова та самовираження [130].

Реальність або віртуальність як світу, в якому ми живемо, так його аксіосфери можна спробувати верифікувати. Так, філософ Х. Патнем стверджує, що слова, які людина вживає у віртуальному світі, мають прямий вплив й на елементи реального, а не вигаданого світу. Тобто, чи насправді сидить людина під деревом залежить від конкретного світу, в якому вона перебуває (віртуального чи реального). Віртуальний світ може бути реальним, а реальний – віртуальним. Статус світів для себе визначає сама людина. Усе є відносним та залежить від екзистенції. За допомогою екзистенціального вибору людина переходить від споглядально-чуттєвого буття до істинного існування та усвідомлення власного буття у світі [114, с. 87].

По-друге, аксіосфера кіберреальності взаємопов'язана з аксіосферою суспільства. Способи їх конфігурації відповідають способам конфігурації наративних ідентичностей. Так, є щонайменше два способи подібної конфігурації. По-перше, ідентичності можуть бути вбудованими, де кожен член невеликого співтовариства є також членом значно більшої спільноти. Наприклад, локальні ідентичності можуть входити до національних, а національні, у свою чергу, до європейських. По-друге, ідентичності можуть перетинатися. У цій конфігурації деякі, проте не усі, члени однієї групи ідентичності є також членами іншої групи ідентичності. Ця інша група утворена членами, які розділяють ідентичність у межах попередньої групи, однак мають ідентичності з іншими групами, які вони розділяють або не розділяють з одними й тими ж людьми. Наприклад, расова ідентичність може перетинатися з локальною та національною ідентичністю [175].

Конфігурації наративних ідентичностей часто детерміновані ідеологічним дискурсом. Наприклад, європейська ідентичність та способи її концептуалізації.

Розглянемо три способи концептуалізації європейської ідентичності. Перша – так звана "zero-sum model". Засновники теорії європейської інтеграції вважали, що політична, економічна та соціальна еліта, котра може отримати суттєві переваги від європейської інтеграції, буде ідентифікувати себе з Європою, внаслідок чого вийде за межі своїх національних ідентичностей.

Таке переконання може спростувати наступний аргумент. Соціальні групи, такі як фермери, котрі виграють від євроінтеграції здебільшого у економічному контексті, невідомі широкому загалу своєю симпатією до Європейського Союзу. Більше того, на думку вчених, теоретичне підґрунтя цього концепту колективної ідентичності дещо неповноцінне, а тому сумніву підлягає й така модель у цілому.

Вчені зауважують, що сьогодні людина часто є носієм декількох ідентичностей одночасно, котрі активуються залежно від соціального контексту. На базовому рівні соціальні ідентичності описують та категоризують членство індивіда соціальної групи, охоплюючи емоційні та оціночні компоненти. На підставі спільних цінностей групи індивіди формують деяке уявне співтовариство. На іншому рівні спільність акцентована відмінністю від інших співтовариств. Індивіди прагнуть розглянути групу, з якою вони себе ідентифікують, у більш вигідній перспективі, аніж аутсайтери.

Більше того, у Європі національні ідентичності тісно пов'язані з уявним співтовариством – державою-нацією, а тому сфокусовані на ідеях суверенітету та статусі держави. Національні ідентичності часто містять у собі певний образ політичного та соціального порядку [51]. Подібне розуміння колективних ідентичностей пов'язане з другою теоретичною моделлю – "layer-cake model". Згідно цієї моделі, соціальний контекст, у якому відбувається певна інтеракція детермінує конкретну ідентичність.

Нарешті, третя парадигма колективних ідентичностей подана "marble-cake model". Ця модель пропонує наступне: різні ідентичності проникають одна в одну таким чином, що немає чітких меж між ними. "Marble-cake model", з одного боку, свідчить на користь того факту, що існує деяка "європейскість",

переплетена з національними, регіональними та іншими колективними ідентичностями. З іншого боку, вона наголошує на тому, що значимість Європи суттєво відрізняється відповідно до різних національних, субнаціональних та інших контекстів, в яких вона активована [177, с. 77 – 78].

Далі проаналізуємо феномен віртуальних спільнот та соціальні мережі як ті контенти, в яких безпосередньо функціонують, конститууються цінності інформаційного суспільства. Віртуальні ком'юніті часто концептуалізують як електронні таун-холи, "анклави" життєвого стилю, групи життєвого стилю, котрі зміщені у просторі та часі. У віртуальних ком'юніті просторові та часові межі є символічними. Ресурси за своєю природою є символами. Символічні межі та ресурси є тим вихідним матеріалом, на підставі якого формується уявлення про певне співтовариство, його склад, функції та типи інтеракцій в ньому.

У зв'язку з цим групи в Інтернеті, що виступають у якості нового креативного соціального середовища, описують lurker ("мовчазну більшість") як таку, яка уникає відповідальності. Проблема мовчазної більшості виникає тому, що віртуальний світ не потребує фізичної присутності. До того ж, у віртуальних ком'юніті, так само як й в реальних, не кожна людина є активним учасником соціальних подій. Зважаючи на це, у віртуальному ком'юніті існує своє уявлення про "мовчазну більшість", як потенційного учасника, котрий поки що не готовий робити свій внесок у розвиток співтовариства.

Таку ситуацію можна охарактеризувати як певну втечу від свободи. На думку Е. Фромма, для більшості людей свобода є психологічною проблемою, яка може привести до негативних наслідків. Свобода принесла людині незалежність, але одночасно ізолювала її та породила в ній почуття безпорадності й тривоги. Ізоляція породжує почуття самотності, а далі можливі два варіанти розвитку подій: людина втікає від тягара свободи і шукає захисту в зовнішній могутній силі, або бере на себе тягар свободи і повною мірою реалізує свій внутрішній потенціал.

Ще один аспект досліджень Е. Фромма – це проблема розвитку повноцінної особистості в сучасному суспільстві. У сучасному суспільстві

унікальність й індивідуальність особистості знаходяться під загрозою. Існує дуже багато факторів, які пригнічують сучасну людину психологічно: ми, як вогню, боїмося громадської думки; людина відчуває себе дрібною і нікчемною порівняно з мережею гігантських промислових підприємств і величезними компаніями-монополістами; залишаються тривога, безпорадність і невпевненість у завтрашньому дні.

Ще один недолік сучасного суспільства, на який мало хто звертає увагу, – це відсталий емоційний розвиток людини порівняно з її інтелектуальним рівнем. Всі вище перелічені та багато інших чинників відносяться до негативних проявів свободи. Як наслідок, заради того, щоб позбутися почуття тривоги і знайти упевненість людина готова стати під прапори будь-якого диктатора чи, що ще більш характерно для сучасності, стати маленькою деталлю величезної машини, добре одягненим і ситим роботом [115]

У віртуальному ком'юніті взаємовідносини визначає не відстань, а сутність індивідуального інтересу – групи об'єктів, ідей, події, про які учасники мають різний рівень обізнаності та ціннісне ставлення. Факт, що віртуальні ком'юніті детерміновані контентом, в якому вони зацікавлені, є однією з причин, за якою критики розглядають віртуальне ком'юніті, як дещо більше, ніж просто співтовариство. Зв'язки учасників з ком'юніті не лише просторові та часові, вони когнітивні та афективні. Незважаючи на те, що взаємодія у ком'юніті обумовлена бажаннями та стратегічними намірами його учасників, у веб-просторі його часто редукують до письмової комунікації, яку супроводжують звуки та зображення. Мінливість кордонів та варіативність ком'юніті дає змогу його учасникам започатковувати його різні форми у віртуальному світі та розширити свої функції.

Інформаційно-комунікаційні технології певною мірою "стискають" час та простір. У свою чергу, це впливає як на організацію праці, рух капіталу, товарообіг, так й на індивідів, які взаємодіють між собою, та їх локальні культури. Такі наслідки призводять до так званої "кризи ідентичності", під час якої "Я" у віртуальному середовищі стає поліваріантним. Однак, час та простір

можуть бути й "розширені". Так, e-mail комунікація швидша за традиційні поштові сервіси, проте набагато повільніша за очну комунікацію. Більше того, e-mail взаємодії схильні мати особливості кожної з цих способів комунікації. Багато людей розглядають e-mail комунікацію як більш ввічливу форму, а тому віддають перевагу їй, а не телефонній розмові. Тобто, e-mail комунікація стає лонгована, вона перетворюється на невід'ємний елемент різних сфер соціального життя. Віртуальна взаємодія може також трансформувати й соціальний простір.

На думку Л. Піддубної, "інтенсивне використання інформації змінює характер мислення, свідомість, діяльність, взаємодію, поведінку людей, їх інформаційну картину світу. Формування нових смислів як основи соціального конструювання реальності, пронизує усі сфери сучасного суспільного життя на всіх рівнях. Новітні інформаційно-комунікаційні технології, особливо технології зміни свідомості людини (high-hume технології), у процесі конструювання соціальної реальності значно змінюють спосіб життя індивіда, суспільство й культуру" [82, с. 11]. Отже, трансформації часу та простору, а також нові форми взаємодії, надані Інтернетом та інформаційними технологіями, вимагають від індивідів переглянути свої базові принципи конструювання соціальної реальності.

Головними структурними елементами віртуальних спільнот і соціальних мереж постають комунікація і уява. У веб-просторі технологічні інструменти дозволяють синхронізувати або асинхронізувати взаємодію. Вони також автоматизують ряд завдань та сприяють конструюванню ком'юніті. Технології обумовлюють серйозні часові та просторові дислокації, що відкривають нові шляхи та способи участі індивідів у конструюванні ком'юніті. У свою чергу, ком'юніті забезпечує учасників можливостями розвивати своє розуміння та розширювати значення власного "Я". Проблему віртуального ком'юніті актуалізує "кастинг самого себе" крізь призму стилю життя та форм асоціацій. "Кастинг самого себе" пропонує змінені поняття про уяву, ідентичність, цінності та структуру ком'юніті. Під час роботи в Інтернеті індивіди

накопичують знання про можливості, необхідні для повноцінної участі у ком'юніті, котрі радикально відрізняються від того, як вони раніше розуміли "контент" співтовариства. Унаслідок чого індивіди мають схильність частіше змінюватись та змінювати свої ком'юніті. Фактично, через взаємопроникність віртуального та фізичного світів навіть ті, хто не бере участі у віртуальних ком'юніті, зазнають впливу ідей кіберпростору [138].

Таким чином, Інтернет є певним комунікативним простором, усередині якого циркулюють різні смисли, цінності, норми, засвоюючи які індивід ідентифікує себе з відповідною віртуальною спільнотою, або ж комунікативною мережею. Більше того, структурні та дискурсивні он-лайн практики можуть пояснити важливі соціокультурні процеси об'єктивної реальності. Популярні підходи до вивчення Інтернету часто пропонують "трансмісійну модель" комунікації, розглядаючи її виключно крізь призму інструментарію, тобто розповсюдження повідомлень у часі та просторі. Альтернативою цієї моделі є "ритуальна", згідно якої комунікація повинна артикулювати базовий порядок речей, не виконувати функції, а декларувати безперервний соціальний процес [180, с. 8]. Зважаючи на це, віртуальні ком'юніті функціонують не лише на інструменталістському рівні, а й на значно глибшому софійно-епістемному рівні продукування значень та підтримання певного порядку.

Інтернет, на думку учених, більше нагадує не футуристичний та віддалений кіберпростір, а дискретний наративний простір. Його можна описати як "мовчазний світ", у якому здійснюються переговори. Для того, щоб увійти в нього, треба зректися тіла та місця, стати "річчю одних лише слів". У цьому значенні Інтернет це вигаданий, химерний простір, який є наративним через дискурсивний характер соціальних інтеракцій та боротьбу за нашу уяву. Наративи не лише займають наш час, тому що ми читаємо, пишемо та уявляємо їх, вони детермінують проміжки часу, завдяки чому ми розуміємо, що час, який ми витратили, був сповнений активності та досвіду. Таке присвоєння не тільки встановлює те, що трапилось, але й фіксує ідентичність у часі для тих, хто є частиною наративу.

Наративи не є ком'юніті, хоча вони можуть бути артефактами останнього. Вони можуть сформувати уявлення про ком'юніті, а ми, у свою чергу, можемо уявляти себе частиною ком'юніті на підставі прочитаного нами наратива. У таких умовах відбувається інверсія у системі влади та володіння традиційного ком'юніті. Більше не "Ми", як члени групи, належимо до ком'юніті, а воно належить "Нам". У цьому контексті, поряд з розвитком концепту гомогенного, порожнього часу, роздроблені наративи газет, журналів, а тепер й Інтернету виступають інтегруючим чинником.

Ця синхронічна новизна історично може з'явитися лише тоді, коли члени соціальних груп розглядають себе як таких, котрі проживають своє життя паралельно з тими, хто належить до іншої субстанціональної групи, навіть, якщо вони ніколи не перетиналися між собою, проте продовжують рухатися однією "траєкторією" суспільного розвитку. Однак, сутність ком'юніті, створеного в Інтернеті, більшою мірою, є епізодичною по відношенню до діяльності, яка там має місце. Інтернет дає нам деяку ілюзію особистої присутності, вона є безпредметною, прагне переконати нас у тому, що між "Нами" та "Ними" може бути деяка спільна соціальна площина.

Ком'юніті варто розрізняти не за їх достовірністю/недостовірністю, а за тим, якого стилю притримуються, коли формують уявлення про нього. Інтернет-ком'юніті можна формуються двома способами. По-перше, вони "розростаються", на основі спільного ксвідомлення необхідності їх існування. Часто ми думаємо і відчуваємо, що належимо до інтернет-ком'юніті, проте незавжди ми усвідомлюємо причини нашої приналежності. По-друге, інтернет-ком'юніті нагадує угруповання людей, скерованих на певний час в одному й тому ж напрямі. Вони можуть отримувати однакову інформацію, займати один й той же чат-простір, переглядати новини, мати однакові інтереси та уявляти себе частиною більшої групи. Бути в он-лайн – значить одночасно бути одним та бути з іншими.

Інтернет часто характеризують як "мережу мереж", депозитарій для розміщення інформаційних ресурсів. Бути в Інтернеті не означає бути в одній із

його мереж, проте бути в одній із його мереж означає бути в Інтернеті. Він детермінує існування своїх мереж та схожий на певну матрицю. Його динаміка зумовлена унікальним поєднанням людського інтелекту та технічної системи. У цьому контексті російська дослідниця М. Бакардієва пропонує раціоналістичну модель інтернет-комунікації та так звані "задіяні" он-лайн ком'юніті. У першій моделі користувачі сфокусовані на пошуку інформації; у другій центральною цінністю є соціабельність, а головною характеристикою – інтерперсональне зобов'язання. Перша модель є моделлю споживання Інтернету, друга – моделлю ком'юніті.

Аналіз блогів дозволив нам встановити дискурсивні особливості, котрі конвенціалізовані у блогах, та які користувачі прагнуть віднайти щоразу, коли вони їх читають. Ці особливості визначають інтерналізовану блог-схему користувача. Цій схемі, що ґрунтується на розробленому блог-жанрі, сприяють експлуатаційні можливості компаній, таких як Blogger, чиї прості та зручні у використанні шаблони, які роблять блог-жанр поширеним серед інших користувачів. Образ ментальної схеми блогів відповідає тій точці зору, що жанр це не лише дещо маніфестоване у текстах, а й знання, котрі користувачі повинні вміти інтерпретувати та діяти відповідно та в межах певного комунікативного контексту. На практиці блоги націлені на мікс іконічних та символічних знаків, в них досить часто іконічний контент набуває символічних атрибутів, а вербальний контент стає іконізованим.

Наприклад, різновидом блогів є мікроблог Twitter. По-перше, це он-лайн сервіс, який можна використовувати для того, щоб надсилати короткі записи через мережу для обміну текстовими повідомленнями. По-друге, Twitter це сервіс, що об'єднує індивідів, відповідає на питання стосовного того, що вони роблять, бачать або відчують у даний момент часу. Twitter є сервісом, що дозволяє користувачам постити "у реальному часі" інформацію про те, чим вони займаються.

Причинами популярності Twitter є наступні: індивід може швидко інформувати інших про свою діяльність; інформація надається у режимі

реального часу; повідомлення короткі за змістом; простий механізм оновлення інформації; повідомлення можуть бути надіслані з різних девайсів. Користувачі Twitter мають високий рівень кіберпросторової присутності. Насправді, замість того, щоб робити висновки про інших людей на підставі інформації про них, користувачі Twitter відкрито інформують своїх прихильників про свою діяльність. Це створює ефект "досяжності" у віртуальному просторі.

Популярним способом спілкування у кіберреальності є й соціальний нетворкінг. По-перше, це веб-сервіси, що дозволяють індивідам створювати публічний або напівпублічний профайл усередині деякої обмеженої системи, формувати список інших користувачів, з якими вони встановлюють та підтримують зв'язок, та переглядати й обговорювати списки контактів. По-друге, це веб-сервіси, що дозволяють користувачам взаємодіяти між собою, обмінюватися інформацією, координувати дії та залишатися на зв'язку. Такі сервіси є новим способом репрезентації соціальних мереж, вони є місцем, у якому конструюється он-лайн ідентичність суб'єкта, котра орієнтує його діяльність в мережі. По-третє, це он-лайн середовище, у якому люди створюють дескриптивний профайл та встановлюють зв'язки з іншими людьми на сайті, формуючи мережу особистих контактів. Зазвичай, учасників соціальних мереж ідентифікують їх реальні імена та фотографії, а їх мережа контактів подана як невід'ємний елемент їх самопрезентації.

Характерним атрибутом соціальних мереж є профайл, "ядро соціального нетворкінгу". Інформація, котру він експлікує, грає важливу роль у формуванні ідентичності користувача та надає уявлення про соціально-культурний контекст, у який вбудовані соціальні мережі. Згідно прототипної схеми профайлу, останній містить фото, загальну інформацію про користувача, список друзів, ряд додатків та простір для записів й коментарів. Зважаючи на це, користувачів часто вважають так званими "*produsers*". Тобто, це синтез "виробника" (*producer*) та "користувача" (*user*), що описує такий тип користувача, який відіграє активну роль у виробництві та споживанні

інформації. Виробник-користувач не є класичним пасивним споживачем контенту. Аналогічний термін – "*prosumer*" – запропонований для сфери медіа.

Основними характеристиками соціального нетворкінга є наступні: персистентність (комунікація між користувачами може бути безстроковою); можливість пошуку інформації (за допомогою спеціальної пошукової форми інформацію можна віднайти на сайтах); здатність до відтворення (ми можемо копіювати та переміщувати інформацію з однієї області в іншу); невидима аудиторія (багато сторонніх відвідувачів можуть мати доступ до контенту профайла, хоча програмне забезпечення фільтрує інформацію, призначену для попередньо обраних друзів).

Розглянемо деякі теоретичні підходи до аналізу соціального нетворкінга. Перший підхід – це теорія соціальної мережі, згідно якої, як на соціальну поведінку, так й на інтерперсональну комунікацію впливає якість та особливості зв'язків між людьми. Якщо все більше індивідів будуть встановлювати зв'язки між собою, ймовірно вони будуть інтенсифікувати їх, застосовуючи різні форми комунікації, зокрема й мережу. Зважаючи на це, комунікація за допомогою Інтернету доповнює та розширює можливості традиційної інтерактивної поведінки у фізичних контекстах. У цьому випадку акцент робиться не на тому, що індивід робить на сайті, а на взаємодії та міцності зв'язків, отриманих завдяки соціальному нетворкінгу.

Друга теорія подана технологічною моделлю. Вона ґрунтується на двох змінних: усвідомленні наскільки легко користуватися деякими технологіями та паралельному усвідомленні їх практичності та простоти. Це є тими ключовими елементами, що впливають на регулярне використання технологій. Цю теорію, на думку деяких дослідників, можна застосувати й до соціального нетворкінга, якщо додати до топології змінних концепт "соціального тиску". Крізь призму соціального нетворкінгу соціальний тиск може бути концептуалізований як тиск та вплив контактів користувача під час створення профайлу в соціальних мережах [182].

Третя – сигнальна теорія – пропонує гіпотезу про те, що частина інформації, яку ми отримуємо від інших, йде від сигналів. Щодо профайлів

соціального нетворкінга, то ця теорія може пояснити, чому, наприклад, користувачі Facebook прагнуть бути більш реалістичними, коли вони себе описують: так як соціальний нетворкінг утворений користувачами, котрі здебільшого знають одне одного й у фізичному вимірі, процес екстрагування сигналів, що підтверджують достовірність елементів профайлу суттєво полегшений [135; 143].

Четверта – теорія соціальної ідентичності – пояснює поведінку в соціальних мережах, виходячи з передумов, що індивід має необхідність позначити себе певним чином у межах деякої групи, з якою він встановив зв'язок та по відношенню до якої у нього сформувалося почуття приналежності. Згідно цієї теорії, кожен потребує як почуття власної унікальності, так й почуття групової приналежності [130].

Ціннісне ставлення до віртуального простору активує конкретна ситуація. Воно трансформується у цінність, яку інтерпретують залежно від соціальних контекстів. Одна й та ж цінність у різних соціальних контекстах може мати декілька інтерпретацій, детермінованих контентом комунікаційного процесу. У соціальних мережах учасники комунікації можуть "сповідувати" цінності, відмінні від тих, які існують у їх реальному житті, їх погляди, переконання та ідеї можуть бути діаметрально протилежними тому, як вони себе позиціонують у соціальній мережі. Сутність комунікаційного процесу в соціальних мережах розкриває контент-аналіз, контекстуальні інтерпретації та лінгвістичний аналіз. Це сприяє їх кращому філософському осмисленню, глибшому розумінню процесів, які там відбуваються, слугує підставою для розроблення мереж нового покоління, підвищення рецептивності соціуму до дестабілізаційних факторів у кіберпросторі.

Таким чином, аксіосфера кіберреальності характерна для високотехнологічного інформаційного суспільства. Вона інтегрується у віртуальне ком'юніті та комунікативні мережі. Одночасно, аксіосфера інформаційного суспільства містить релігійні, етнічні та національні ідентичності, що забезпечують її зв'язок із соціальною реальністю. Визначення

її природи полягає у встановленні характеру конфігурацій аксіосфери кіберреальності та аксіосфери суспільства.

Даний взаємозв'язок проявляється в тому, що по-перше, аксіосфера кіберреальності може бути вбудована в аксіосферу суспільства; по-друге, вони можуть перетинатися в окремих аспектах. З огляду на вищесказане, за своєю природою аксіосфера інформаційного суспільства є складною, гібридною матрицею цінностей, яка об'єднує цінності історично детерміновані соціальними інститутами та гіперрелятивну сконструйовану ціннісну систему в процесі віртуальної комунікації суб'єктів.

Висновки до розділу 3

Підсумовуючи вищезазначене, можемо констатувати, що аксіосфера інформаційного суспільства є складно організованим феноменом, що включає в себе ряд підсистем, медіатором яких виступає культурна ідентичність. Вона забезпечує та підтримує взаємодію наративних ідентичностей соціальних суб'єктів у гетерогенному аксіополі інформаційного суспільства. Відносність аксіополя інформаційного суспільства полягає у тому, що воно не визнає абсолютизму моралі, віддаючи перевагу умовності та ситуативності моральних норм.

Проте, беручи до уваги той факт, що наративні ідентичності соціальних суб'єктів репрезентують абсолютно різні культурні форми, які є різнотипними варіаціями етнічних, релігійних, національних та політичних цінностей, аксіополе інформаційного суспільства все ж потребує загальних моральних норм, якими б керувалися учасники культурного діалогу та завдяки яким цей діалог мав би конструктивний, а не конфліктний характер.

Особливість культурної ідентичності полягає у тому, що по відношенню до свого носія вона унікальна, проте коли культурна ідентичність виходить на міжгруповий рівень, спостерігається її гібридизація, яка зумовлена взаємодією членів групи та варіацією їх стилів життя. Відзначимо, що внаслідок культурної

гібридизації культурна ідентичність активує свою медіативну функцію, в основу якої покладено принцип переговорів, під час яких відбувається обмін життєвими стилями соціальних суб'єктів. Результатом дискурсу культурних ідентичностей можуть бути нові інтерпретації соціальної реальності, які визначають новий ціннісний вибір соціального суб'єкта. Таким чином, культурна ідентичність покликана спрямовувати соціальних суб'єктів на процес пізнання нових істин та культурне збагачення.

Конститууючими підсистемами аксіосфери інформаційного суспільства виступають релігійні, етнічні та національні цінності. Так, релігійна аксіосфера переслідує мету інтерпретувати кращі ціннісні здобутки людства у нових соціальних контекстах та покласти початок духовному оновленню суспільства. Специфіка релігійної підсистеми зумовлена релігійними традиціями конкретного соціуму. Що ж до етнічної підсистеми, то вона за основу має традиції, звичаї та історію конкретного народу, забезпечує самодетермінацію конкретних культурних груп та сприяє легітимізації їх автентичності.

Для етнічної ціннісної підсистеми важливу роль відіграють історичний (часовий) та просторовий чинники. Національна підсистема слугує надбудовою над релігійними та етнічними цінностями. У віртуальній реальності релігійні, етнічні та національні цінності можуть бути інкорпоровані кібераксіосферою, базовими модусами якої є тіло-аватар та симульований *mentalis*. Кібераксіосфера характерна лише для високотехнологічного суспільства з високим рівнем інформаційної культури. Аксіосфера кіберреальності може бути вбудованою в аксіосферу суспільства або перетинатися з нею в окремих аспектах. Характер конфігурацій аксіосфери кіберреальності та аксіосфери соціуму визначає природу аксіосфери інформаційного суспільства, тому що остання хоча й релокалізована у віртуальну реальність, усе ж зберігає зв'язок з традиційними соціальними інститутами через релігійну, етнічну та національну ідентичності.

Отже, за своєю природою аксіосфера інформаційного суспільства є складною, гібридною та еkleктичною ціннісною матрицею. Її зміст складають ціннісні системи, які мають різне походження, але співіснують та взаємодоповнюють одна одну у

інформаційному середовищі. Перша ціннісна система успадкована від індустріального суспільства та детермінована традиційними соціальними інститутами, друга – технологічною парадигмою постіндустріального суспільства, основою якого є інформаційно-комунікаційні технології.

Гібридність аксіосфери інформаційного суспільства полягає у різноманітні життєвих стилів, їх постійній взаємодії та появі нових варіацій культурних форм, які визначають ціннісні орієнтації соціального суб'єкта у глобалізованому комунікаційному просторі. І, нарешті, еkleктичність аксіосфери інформаційного суспільства обумовлена інтеграцією в єдиний культурний простір різнорідних, часто внутрішньо непов'язаних, інколи суперечливих поглядів, ідей, переконань та цінностей.

Таким чином, специфіка функціонування аксіосфери інформаційного суспільства полягає в тому, що остання інтегрована у віртуальний простір та комунікаційні мережі, в межах яких зберігається ціннісно-нормативний зв'язок із соціальною реальністю (інформаційно-комунікаційні технології детермінують поведінку людей, забезпечують їх адаптацію до соціальних умов шляхом визначення й засвоєння нових видів соціальної активності), а також формуються нові ціннісні орієнтири суб'єктів кіберкомунікації (детерміновані новітніми методами спілкування, отримання знань та впливу на свідомість).

ВИСНОВКИ

Дисертаційна робота є комплексним соціально-філософським дослідженням сутності аксіосфери інформаційного суспільства, її структурних основ і особливостей функціонування, що дає можливість зробити наступні висновки.

1. Науково-дослідницька база за темою дисертації носить міждисциплінарний характер, охоплює значну кількість соціогуманітарних досліджень, в межах яких немає єдиного наукового погляду на проблему аксіосфери інформаційного суспільства, що актуалізує соціально-філософський аналіз даного соціокультурного феномена. На основі аналізу наукових джерел виявлено, що домінуючою тенденцією серед теоретичних підходів до розгляду процесів інформатизації суспільства є акцентування уваги на соціокультурних змінах, які пов'язані, перш за все, з ціннісними трансформаціями. Розглянувши основні концептуальні моделі формування аксіосфери інформаційного суспільства, останню визначено як складноорганізовану відкриту систему цінностей, інкорпорованих у соціальну реальність і в її віртуальні моделі, основними передумовами формування якої є розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, інформатизація, віртуалізація й глобалізація комунікаційного простору.

У контексті формування аксіосфери інформаційного суспільства виділено наступні детермінанти: інформацію, інформаційно-комунікаційні технології та стиль життя. Інформація формує світогляд соціального суб'єкта, вона є сьогодні його головним капіталом і критерієм у виборі людиною своєї життєвої позиції. У свою чергу інформаційно-комунікаційні технології дозволяють аксіосфері набувати нових форм у віртуальній реальності, не втрачаючи зв'язок з традиційними соціальними інститутами. А стиль життя (цілісність індивідуальності – А. Адлер) постає індивідуально своєрідною цілісною системою

стійких способів і форм опосередкування особистістю об'єктивних і віртуальних умов життєдіяльності в умовах інформаційного суспільства та кіберпростору.

2. Важливими елементами аксіосфери інформаційного суспільства постають етичні складові. Проблему етичних засад і цілісності сучасного суспільства позначили в якості окремого предмету філософського осмислення представники постмодернізму, які етос сучасності характеризують репрезентацією ідей комунітаризму, утилітаризму та етичного релятивізму. Комунітариські тенденції в сучасному суспільстві проявляються в співіснуванні окремих, відносно автономних, соціальних суб'єктів, готових до солідарної відповідальності. Згідно утилітаристських ідей, соціальний суб'єкт сьогодні прагне оточити себе тими об'єктами, які можуть принести йому найбільшу користь та сприяти досягненню поставленої мети з максимальним результатом та мінімальними затратами ресурсів.

3. В інформаційному суспільстві егоїстичний розрахунок слугує способом адаптації індивіда до мінливого інформаційного середовища. Однак, утилітаристський підхід призводить до дезінтеграції та конфронтації усередині суспільства, в якому відбувається постійна боротьба за ресурси. Що стосується етичного релятивізму, то він не визнає можливості існування істини поза сферою людського досвіду, а соціальний суб'єкт конструює реальність на основі власних суб'єктивних поглядів і переконань, які є значущими лише в межах конкретних систем координат.

4. Глобалізаційні процеси, широке впровадженням інформаційно-комунікаційних технологій, що характеризують сучасний етап суспільного розвитку, гостро поставили питання про систему цінностей, зумовили відповідні трансформації як соціальних відносин, так і внутрішнього світу людини. Такі зміни норм поведінки і життєвих шляхів, цінностей та ідеалів розкривають в новому світлі проблему ідентичності. До того часу як людина потрапила в інформаційно-знакове середовище основою її ідентифікації була національна культура. Але в умовах розвитку глобалізаційних процесів інформаційно-комунікативний простір наповнюється елементами різних

культур, тому актуальності набуває проблема наративної ідентичності, котра, за визначенням П. Рікера, конститує "Я" як унікальність, що не розчиняється у видових чи родових ознаках, звичках чи приналежностях до груп.

Наративна ідентичність пов'язана із символічним конструюванням суб'єктивного образу в оточенні різних ціннісно-сміслових систем та проявляється у формі оповіді, яка має промовця і слухача. Її суть полягає в репрезентації "Я" у зрозумілій для оточення формі, що залежить від певного порядку, символічних процедур, дискурсивних практик, які є доступними і зрозумілими для оточення. Запропоновано авторське визначення наративної ідентичності як прояснення себе оточенню, що перетворює таке самовизначення на ідеальну комунікативну ситуацію за допомогою взаємоузгоджених дискурсивних практик.

У конструюванні аксіосфери інформаційного суспільства наративна ідентичність виконує конституюючу роль. По-перше, завдяки дискурсу, як конституюючому елементу наративної ідентичності, конструювання аксіосфери інформаційного суспільства є координованим та узгодженим процесом. По-друге, наративна ідентичність трансформує життєвий досвід соціального суб'єкта у смислонаповнену історію, яка визначає його ціннісне ставлення до світу. По-третє, вона відзначається гнучкістю до ціннісних інтерпретацій, які залежать від соціального, комунікативного контексту.

Таким чином, наративна ідентичність відіграє важливу роль у життєдіяльності соціального суб'єкта, забезпечуючи цілісність його соціального іміджу, особливо в сучасному суспільстві, яке сповнене втратою традиційних смислів, нігілістичним світовідношенням, однією з найнебезпечніших форм якого визначено медіа-тероризм. Медіа-тероризм, як форма нігілістичного світовідношення виявляється потужним деструктивним чинником функціонування аксіосфери інформаційного суспільства, оскільки заперечує базові цінності лібералізму, демократії, протиставляючи їм контраргументи насилля. Медіа-тероризм визначено як стратегію досягнення політичної мети за допомогою здійснення акту нелегітимного насильства та

його безпосереднього і опосередкованого оприлюднення із використанням інструментарію мас-медіа

4. Визначено, що розвиток інформаційно-комунікаційних технологій супроводжується "кросингом" та взаємопроникненням релігійних, етнічних і національних цінностей, які підсилюють соціальні контексти та збагачують смисли, що циркулюють по комунікаційним каналам. У зв'язку з цим, аксіосфера інформаційного суспільства є складноорганізованим феноменом, що включає в себе ряд підсистем, медіатором яких виступає культурна ідентичність. Вона забезпечує та підтримує взаємодію наративних ідентичностей соціальних суб'єктів у гетерогенному аксіополі інформаційного суспільства. Відносність аксіополя інформаційного суспільства полягає у тому, що воно не визнає абсолютизму моралі, віддаючи перевагу умовності та ситуативності моральних норм.

Проте, беручи до уваги той факт, що наративні ідентичності соціальних суб'єктів репрезентують абсолютно різні культурні форми, які є різнотипними варіаціями етнічних, релігійних, національних, політичних та інших цінностей, аксіополе інформаційного суспільства все ж потребує загальних моральних норм, якими б керувалися учасники культурного діалогу та завдяки яким цей діалог мав би конструктивний, а не конфліктний характер. Саме тому активується медіативна функція культурної ідентичності, в основу якої покладено принцип діалогу, під час якого відбувається обмін життєвими стилями соціальних суб'єктів. Результатом дискурсу культурних ідентичностей можуть бути нові інтерпретації соціальної реальності, які визначають новий ціннісний вибір соціального суб'єкта. Культурна ідентичність покликана спрямовувати соціальних суб'єктів на пізнання нових істин та культурне взаємозбагачення.

5. В якості конституюючих підсистем аксіосфери інформаційного суспільства визначено релігійні, етнічні та національні цінності. Так, релігійна підсистема переслідує мету інтерпретувати кращі ціннісні здобутки людства у нових соціальних контекстах та забезпечити духовне оновлення суспільства. Що ж до етнічної підсистеми, то вона за основу має традиції, звичаї та історію

конкретного народу, забезпечує самодетермінацію культурних груп та сприяє легітимізації їх автентичності. Національна підсистема слугує надбудовою над релігійним та етнічним базисом.

Отже, за своєю природою аксіосфера інформаційного суспільства є складною, гібридною та еклектичною ціннісною матрицею. Її зміст складають ціннісні системи, які мають різне походження, але співіснують та взаємодоповнюють одна одну в інформаційному середовищі. У віртуальній реальності ці ціннісні системи можуть бути селективно інкорпоровані, а базовими модусами буття людини є не ідентифіковані з жодною з них тіло-аватар та "симульований *mentalis*", що несе як позитивні, так і негативні наслідки для життєдіяльності людини в об'єктивній, соціальній реальності.

Таким чином, специфіка функціонування аксіосфери інформаційного суспільства полягає в тому, що остання інтегрована у віртуальний простір та комунікаційні мережі, в межах яких зберігається ціннісно-нормативний зв'язок із соціальною реальністю (інформаційно-комунікаційні технології детермінують поведінку людей, забезпечують їх адаптацію до соціальних умов шляхом визначення й засвоєння нових видів соціальної активності), а також формуються нові ціннісні орієнтири суб'єктів кіберкомунікації (детерміновані новітніми методами спілкування, отримання знань та впливу на свідомість).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Аксьонова В. І. Міжкультурна комунікація як фактор формування глобального інформаційно-комунікативного простору : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03 / Аксьонова Віра Ігорівна. – К., 2012. – 200 с.
2. Американская социология. Перспективы. Проблемы. Методы / [ред. Г. В. Осипов (вступ. ст.) ; пер. с англ. В. В. Воронин, Е. В. Зиньковский ;]. – М. : Прогресс, 1972. – 392 с.
3. Ангеліна Е. О. Діалектика глобально-інтеграційних процесів в контексті інформаційної цивілізації : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03 / Ангеліна Ельвіра Олександрівна. – Донецьк, 2012. – 160 с.
4. Андреев И. С. Философия Канта и современный идеализм / И. С. Андреев, Б. Т. Григорьян. – М. : Наука, 1987. – 272 с.
5. Андреев С. С. Информационность – критерий содержательности духовных ценностей / С. С. Андреев // Социально-политический журнал. – 1998. – № 3. – С. 58 – 71.
6. Арсланова А. И. Сообщества в сети Интернет: формирование и развитие (социально-философский анализ) : дисс. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Арсланова Асия Исмагиловна. – Уфа, 2014. – 148 с.
7. Артеменко А. П. Функціональність ідентичності / А. П. Артеменко // Гуманітарний часопис : зб. наук. пр. – Х., 2012. – № 2. – С. 13 – 19.
8. Бек У. Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию / У. Бек ; [пер. с нем. А. Григорьева, В. Седельникова ; общ. ред. и послесл. А. Филиппова]. – М. : Прогресс-Традиция, 2001. – 304 с.
9. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл ; под ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Academia, 1999. – 787 с.
10. Белл Д. Социальные рамки информационного общества / Д. Белл // Новая технократическая волна на Западе. – М., 1986. – С. 330 – 337.

11. Блюменкранц М. В. Поисках имени и лица. Феноменология современного ландшафта / М. Блюменкранц // Вопросы философии. – 2007. – № 1. – С. 47 – 61.
12. Богера Х. І. Аксиологічний вимір людського буття в українській філософській традиції : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03 / Богера Христина Ігорівна. – Львів, 2012. – 160 с.
13. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр; [пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской] – М. : Культурная революция ; Республика, 2006. – 269 с.
14. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр; [пер. с фр. и предисл. С. Н. Зенкина]. – М. : Добросвет ; КДУ, 2006. – 389 с.
15. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція / Ж. Бодріяр; [пер. с франц. В. Ховхун]. – К. : Основи, 2004. – 230 с.
16. Бондар Л. В. Філософія щастя: ціннісно-праксеологічний аспект : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03 / Бондар Лілія Василівна. – Одеса, 2013. – 170 с.
17. Валлерстайн И. После либерализма / И. Валлерстайн; [пер. с англ. М. М. Гурвица, П. М. Кудюкина, П. В. Феденко]. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 256 с.
18. Вебер М. Избранные произведения / М. Вебер; [сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова ; предисл. П. П. Гайденко; пер. с нем.]. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с.
19. Виндельбанд В. Прелюдии [Текст] : философские статьи и речи / В. Виндельбанд ; [пер. с нем., вступ. ст. С. Франка (1903 г.) ; послесл. О. Бойцовой]. – М. : Гиперборея : Кучково поле, 2007. – 399 с.
20. Власенко Ф. П. Цінності інформаційного суспільства й розвиток сучасної особистості / Ф. П. Власенко // Гуманітарний часопис : зб. наук. пр. – Х., 2013. – № 4. – С. 56 – 63.
21. Выжлецов Г. П. Аксиология культуры : [моногр.] / Г. П. Выжлецов. – СПб. : Санкт-Петерб. ун-т, 1996. – 148 с.

22. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості: дослідження категорії громадянське суспільство / Ю. Габермас ; [пер. з нім.]. – Львів : Літопис, 2002. – 320 с.
23. Гантінгтон С. Протистояння цивілізацій та зміна світового порядку / С. Гантінгтон ; [пер. з англ. Н. Климчук]. – Львів : Кальварія, 2006. – 474 с.
24. Гартман Н. Етика / Н. Гартман; [пер. с нем. А. В. Глаголева]. – М. : Владимир Даль, 2002. – 708 с.
25. Готов Б. Функціонування національних держав в умовах глобалізації [Електронний ресурс] / Б. Готов, О. Корх. – Режим доступу : [http://www.dbuara.dp.ua/zbirnik/2012-01\(7\)/12gbbdug.pdf](http://www.dbuara.dp.ua/zbirnik/2012-01(7)/12gbbdug.pdf)
26. Готов Б. Б. Спроба порівняльного аналізу української та західноєвропейської ідентичності / Б. Б. Готов // Філософія, культура, життя : міжвуз. зб. наук. пр. – Дніпропетровськ, 2006. – Вип. 27. – С. 26 – 35.
27. Гордієнко-Митрофанова І. В. Інваріанти аксіосфери маргінального : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03 / Гордієнко-Митрофанова Ія Володимирівна. – Х., 1999. – 178 с.
28. Гуссерль Э. Идеи к чистой феноменологии и феноменологической философии. Т. 1. / Э. Гуссерль; [пер. с нем. А. В. Михайлова]. – М. : ДИК, 1999. – 336 с.
29. Даніл'ян В. О. Глобальне інформаційне суспільство: культура і людина / В. О. Даніл'ян // Філософські обрії : наук.-теорет. часопис Інституту філософії імені Г. С. Сковороди НАН України та Полтавського державного педагогічного університету імені В. Г. Короленка. – К.-Полтава, 2005. – Вип. 14. – С. 67 – 78.
30. Даніл'ян В. О. Деякі проблеми та особливості розвитку інформаційного суспільства в Україні / В. О. Даніл'ян // Гуманітарний часопис : зб. наук. пр. – Х., 2005. – № 3. – С. 74 – 78.
31. Даніл'ян В. О. Деякі тенденції розвитку інформаційного суспільства на прикладі провідних держав / В. О. Даніл'ян // Наукові записки

Харківського університету Повітряних Сил. Соціальна філософія, психологія. – Х., 2005. – Вип. 3 (24). – С. 156 – 163.

32. Даніл'ян В. О. Інформаційне суспільство : базові концепції аналізу / В. О. Даніл'ян // Наукові записки Харківського університету Повітряних Сил. Соціальна філософія, психологія. – Х., 2005. – Вип. 2 (23). – С. 131 – 138.

33. Даніл'ян В. О. Інформаційне суспільство та перспективи його розвитку в Україні (соціально- філософський аналіз) : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03 / Даніл'ян Вадим Олегович. – Х., 2006. – 200 с.

34. Делёз Ж. Анти-Эдип : Капитализм и шизофрения / Ж. Делёз, Ф. Гваттари ; [пер. с франц. и послесл. Д. Кралечкина ; науч. ред. В. Кузнецов]. – Екатеринбург : У-Фактория, 2007. – 672 с. – (Philosophy).

35. Джемс У. Прагматизм: новое название для некоторых старых методов мышления : [популярные лекции по философии] / У. Джемс ; [пер. с англ.]. – [3-е изд.]. – М. : ЛКИ, 2011. – 240 с.

36. Дзюбенко М. О. Ненасилля в аспекті соціально-філософської думки : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03 / Дзюбенко Марія Олександрівна. – Одеса, 2013. – 160 с.

37. Діденко В. Ф. Соціально-філософське осмислення понять "інформаційне суспільство" та "суспільство знання" / В. Ф. Діденко // Філософські проблеми гуманітарних наук : [наук. вид.] / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2004. – № 1–2. – С. 40 – 45.

38. Дука С. И. Информационное общество: социогуманитарные аспекты / С. И. Дука. – СПб. : Санкт-Петерб. ун-т, 2004. – 172 с.

39. Дюркгейм Э. Ценностные и "реальные" суждения / Э. Дюркгейм // Социальные исследования. – 1991. – № 2. – С. 106 – 114.

40. Жубинский А. И. Аксиологическое измерение процессов информатизации в современном обществе : дисс. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Жубинский Антон Игоревич. – Армавир, 2010. – 175 с.

41. Згуровський М. З. Загальні тенденції розвитку інформаційного суспільства в глобальному контексті: трансформація світового устрою /

М. З. Згуровський // Інформаційне Суспільство. Шлях України / Фонд "Інформаційне Суспільство України". – К., 2004. – С. 104 – 115.

42. Ильин И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм / И. П. Ильин – М. : Интрада, 1996. – 253 с.

43. Ильченко Д. Н. Информационно-коммуникационные революции как фактор формирования "человека информационного" : дисс. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Ильченко Дмитрий Николаевич. – М., 2014. – 196 с.

44. Иноземцев В. Л. Расколота цивилизация: наличествующие предпосылки и возможные последствия постэкономической революции / В. Л. Иноземцев. – М. : Academia – Наука, 1999. – 703 с.

45. Каган М. С. Философская теория ценности / М. С. Каган. – СПб. : Петрополис, 1997. – 205 с.

46. Кант И. Основы метафизики нравственности / И. Кант // Кант И. Сочинения : [в 6 т.]. – М., 1965. – Т. 4, ч. 1. – С. 219 – 310.

47. Карпенко І. П. Трансформація загальнолюдських цінностей в інформаційному суспільстві : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : спец. 09.00.03 "Соціальна філософія та філософія історії" / І. П. Карпенко. – К., 2004. – 17 с.

48. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура / М. Кастельс ; [пер. с англ.]. – М. : ГУВШЭ, 2000. – 608 с.

49. Клакхон К. Зеркало для человека. Введение в антропологию / К. Клакхон ; под ред. А. А. Панченко ; [пер. с англ.]. – СПб. : Евразия, 1998. – 352 с.

50. Клинова Д. А. Дискурсивное пространство информационного общества и социальная легитимация : дисс. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Клинова Диана Анатольевна. – Тверь, 2015. – 181 с.

51. Козловець М. А. Феномен національної ідентичності: виклики глобалізації / М. А. Козловець. – Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2009. – 558 с.

52. Корабльова В. М. Трансформації тілесного ландшафту: тіло-аватар, тіло-інтерфейс і шизосуб'єкт / В. М. Корабльова // Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. – Х., 2012. – № 1012. – С. 173 – 179.

53. Корабльова В. М. Соціальні смисли ідеології : [моногр.] / В. М. Корабльова. – К. : ВАДЕКС, 2014. – 350 с.
54. Корякина А. П. Проблема подлинности в контексте философии постмодернизма: виртуализация бытия : дисс. ... канд. филос. наук : 09.00.01 / Корякина Анна Павловна. – Киров, 2014. – 215 с.
55. Кримський С. Б. Запити філософських смислів / С.Б. Кримський. – К. : ПАРАПАН, 2003. – 240 с.
56. Кузнецов А. Ю. Аксиологічні засади в контексті світ-системних теорій / А. Ю. Кузнецов, І. В. Гордієнко-Митрофанова // Наукові записки Харківського військового університету. Соціальна філософія, педагогіка, психологія. Випуск 12. – Харків 2001. – С. 71 – 78.
57. Кули Ч. Социальная самость / Ч. Кули // Американская социологическая мысль : тексты / под ред. В. И. Добренкова. – М., 1996. – С. 314 – 328.
58. Культура. Ідеологія. Особистість: методолого-світоглядний аналіз / Губерський Л., Андрущенко В., Михальченко М. – К. : Знання України, 2002. – 580 с.
59. Кутырёв В. А. Культура и технология: борьба миров / В. А. Кутырёв. – М. : Прогресс-Традиция, 2002. – 240 с.
60. Лазарев Ф. В. Вселенная культуры: стратегемы и ценности / Ф. В. Лазарев, А. Б. Литтл. – Симферополь : СОНАТ, 2005. – 192 с.
61. Лапин Н. . Модернизация базовых ценностей россиян / Н. И. Лапин // Социологические исследования. – 1996. – № . – С. 3 – 23.
62. Лимнатис Н. Манипулирование: сущность, проявления, пути снятия. Философский и социально-политический анализ / Н. Лимнатис. – М. : Экономическая демократия, 2005. – 325 с.
63. Лиотар Ж. Ф. Состояние постмодерна / Ж. Ф. Лиотар ; [пер. с фр. Н. А. Шматко]. – М. : Ин-т экспериментальной социологии ; СПб. : Алетейя, 1998. – 160 с.
64. Лісовий В. Нація / В. Лісовий // Філософський енциклопедичний словник / [гол. редкол. В. І. Шинкарук] ; НАН України ; Інститут філософії ім. Г. С. Сковороди. – К., 2002. – С. 414.

65. Лісовий В. Цінність / В. Лісовий // Філософський енциклопедичний словник / [гол. редкол. В. І. Шинкарук]; НАН України; Інститут філософії ім. Г. С. Сковороди. – К., 2002. – С. 707.

66. Лосев А. Ф. Философия, мифология, культура / А. Ф. Лосев. – М.: Политиздат, 1991. – 473 с.

67. Лосский Н. О. Ценность и бытие. Бог и Царство. Божие как основа ценностей / Н. О. Лосский. – Париж: YMCA PRESS, 1931. – 135 с.

68. Луценко Н. Ю. Мережевий простір: соціально-філософський аналіз: дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03 / Луценко Наталія Юріївна. – К., 2013. – 200 с.

69. Лях В. Постіндустріальне суспільство як нова парадигма соціального розвитку: проблеми і перспективи / В. Лях // Генеза: Філософія. Історія. Політологія. – 1994. – № 1. – С. 61 – 79.

70. Майнеке Ф. Загальний погляд на націю, національну державу і космополітизм / Ф. Майнеке // Націоналізм. Антологія / [упоряд. О. Проценко, В. Лісовий; літ. ред. Л. Білик]. – К., 2000. – С. 264 – 272.

71. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн; [пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова]. – М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле, 2003. – 464 с.

72. Масуда Й. Гіпотеза про генезис Homo intelligens / Й. Масуда // Сучасна зарубіжна філософія. Хрестоматія: навч. посіб. / [упоряд. В. Лях]. – К., 1996. – С. 335 – 361.

73. Мід Дж. Дух, самість і суспільство з точки зору соціального біхевіориста / Дж. Мід. – К.: Український центр духовної культури, 2000. – 374 с.

74. Мид Дж. Интернализированные другие и самость / Дж. Мид // Американская социологическая мысль: тексты / под ред. В. И. Добренькова. – М., 1996. – С. 222 – 225.

75. Міл Дж. С. Про свободу: есе / Дж. С. Міл; [пер. з англ.]. – К.: Основи, 2001. – 463 с.

76. Новая философская энциклопедия: в 4 т. / [ред. совет: В. С. Степин, А. А. Гусейнов, Г. Ю. Семигин, А. П. Огурцов и др.]. – М.: Мысль, 2010. –

Т. 2. – 2010. – 634 с.

77. Новая философская энциклопедия : в 4 т. / [ред. совет : В. С. Степин, А. А. Гусейнов, Г. Ю. Семигин, А. П. Огурцов и др.]. – М. : Мысль, 2010. –

Т. 3. – 2010. – 692 с.

78. Норберт Э. Общество индивидов / Э. Норберт ; [пер. с нем.]. – М. : Праксис, 2001. – 336 с.

79. Овчинников Н. Ф. Методологические принципы в истории научной мысли / Н. Ф. Овчинников. – [2-е изд.]. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 296 с.

80. Парсонс Т. О структуре социального действия / Т. Парсонс. – [2-е изд.]. – М. : Академический Проект, 2000. – 880 с.

81. Пиголенко І. В. Інтернет-технології як засіб формування ціннісних орієнтацій студентства на шляху до інформаційного суспільства (на прикладі НТУУ "КПІ"): дис. ... канд. філос. наук : 09.00.10 / Пиголенко Ігор Вікторович. – К., 2006. – 192 с.

82. Піддубна Л. В. Інформаційна діяльність як засіб формування образу соціальної реальності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : спец. 09.00.03 "Соціальна філософія та філософія історії" / Піддубна Лідія Валеріївна. – Житомир, 2013. – 20 с.

83. Підлісний М. М. Цінності та буття особистості : [моногр.] / М. М. Підлісний, В. І. Шубін. – Дніпропетровськ : ДДФА, 2005. – 128 с.

84. Поппер К. Логика и рост научного знания / К. Поппер ; [пер. с англ. Л. В. Блинников, В. Н. Брюшинкин, Э. Л. Наппельбаум, А. Л. Никифоров]. – М. : Прогресс, 1983. – 604 с.

85. Поппер К. Что такое диалектика? / К. Поппер // Вопросы философии. – 1995. – № 1. – С. 118 – 138.

86. Рікер П. Сам як інший / П. Рікер ; [пер. з франц.]. – К. : Дух і Літера, 2002. – 458 с.

87. Риккерт Г. О системе ценностей / Г. Риккерт // Науки о природе и науки о культуре – М. : Республика, 1998. – С. 363 – 391.

88. Рогова О. В. Медіа-орієнтований тероризм як політичний феномен / О. В. Рогова // Дні науки філософського факультету-2006 : матеріали доповідей та виступів міжнар. наук. конф., (12-13 квіт. 2006 р.). – К., 2006. – С. 116 – 117.
89. Ручка А. А. Ценностный поход в системе социологического знания / А. А. Ручка. – К. : Наук. думка, 1987. – 154 с.
90. Сагатовский В. Н. Бытие идеального / В. Н. Сагатовский. – СПб. : Петрополис, 2003. – 104 с.
91. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности / под ред. В. А. Ядова. – Л. : Наука, 1979. – 264 с.
92. Сартр Ж.-П. Экзистенциализм – это гуманизм / Ж.-П. Сартр // Сумерки богов. – М. : "Политиздат", 1989, С. 319 – 344.
93. Саух Ю. П. Філософія буддизму. Глобалізаційний вимір : [моногр.] / Ю. П. Саух. – К. : Леся, 2009. – 224 с.
94. Свящук А. Л. Феномен маргінальності у генезисі сітьового суспільства : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03 / Свящук Андрій Леонідович. – Х., 2006. – 200 с.
95. Середюк Н. Г. Інституалізація моралі у сучасному суспільстві (соціально-філософський контекст) : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03 / Середюк Наталія Григорівна. – К., 2013. – 160 с.
96. Скалацький В. М. Концептуальні основи становлення інформаційного суспільства в Україні / В. М. Скалацький // Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Філософія. – Х., 2013. – Вип. 40 (2). – С. 139 – 151.
97. Скалацький В. М. Інформаційне суспільство: сучасні теорії та моделі (соціально-філософський аналіз) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : 09.00.03 "Соціальна філософія та філософія історії" / Скалацький В'ячеслав Миколайович. – К., 2006. – 17 с.
98. Скалацький В. М. Концептуальні побудови та практичні моделі інформаційного суспільства / В. М. Скалацький // Гуманітарний часопис : зб. наук. пр. – Х., 2012. – № 4. – С. 62 – 69.

99. Скворцов Н. Г. Этничность и трансформационные процессы / Н. Г. Скворцов // Межнациональные отношения в России и СНГ. – М., 1995. – С. 8 – 22.
100. Скородумова О. Б. Интернет и его основные социокультурные функции / О. Б. Скородумова // Философия и общество. – 2004. – № 1. – С. 119 – 137.
101. Смелзер Н. Д. Социология / Н. Д. Смелзер ; под ред. В. А. Ядова. – М. : Феникс, 1994. – 688 с.
102. Сохань П. Новая эпоха. Эра глобальных корпораций / П. Сохань // Практична філософія. – 2008. – № 2. – С. 120 – 129.
103. Столович Л. Н. Об аксиосфере / Л. Н. Столович // Вестник СПбГУ. Серия 6. – СПб., 1997. – № 2. – С. 11 – 16.
104. Сулятицька Т. В. Міжкультурна взаємодія в інформаційному суспільстві: комунікативний аспект: дис. ... канд. філос. наук : 09.00.04 / Сулятицька Тетяна Василівна. – К., 2012. – 200 с.
105. Сурков А. А. Насилие как социальный феномен: особенности конституирования: дисс. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Сурков Александр Алексеевич. – М., 2014. – 147 с.
106. Судина І. Г. Про релігійні засади культури: аксіологічна інтерпретація / І. Г. Сухина // Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія : Філософія. – Острог., 2012. – Вип. 11. – С. 3 – 17.
107. Толерантність як соціогуманітарна проблема сучасності: матеріали засідання "Круглого столу" від 29 трав. 2007 р., м. Житомир / ред. П. Ю. Саух ; Нац. ін-т стратегічних досліджень ; Житомирський держ. ун-т ім. Івана Франка. – Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2007. – 124 с.
108. Тоффлер Е. Третья Хвиля / Е. Тоффлер ; [пер. з англ.]. – К. : Всесвіт, 2000. – 480 с.
109. Тоффлер Э. Метаморфозы власти / Э. Тоффлер ; [пер. с англ. В. В. Белокосков, К. Ю. Бурмистров и др.], – М. : АСТ, 2003. – 669 с.

110. Тоффлер Э. Шок будущего / Э. Тоффлер ; [пер. с англ. Е. Руднева, Л. Бурмистрова]. – М. : АСТ, 2002. – 557 с.
111. Тугаринов В. П. Теория ценностей в марксизме / В. П. Тугаринов. – Л. : Ленингр. ун-т., 1968. – 124 с.
112. Турен А. От обмена к коммуникации: рождение программированного общества / А. Турен // Новая технократическая волна на Западе. – М., 1986. – С. 410 – 429.
113. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер ; [пер. с англ.]. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 398 с.
114. Философские теории / [пер. с англ. А. Карнаушко; науч. ред. Н. Волков; под ред. Б. Левер; вст. ст. С. Лоу]. – М. : РИПОЛ классик, 2013. – 160 с.
115. Фромм Э. Бегство от свободы / Э. Фромм ; [пер. с англ. Г. Шийника]. – М. : Прогресс, 1990. – 271 с.
116. Фуко М. Археология знания / М. Фуко ; [пер. с фр. М. Б. Раковой, А. Ю. Серебрянниковой ; вступ. ст. А. С. Колесникова]. – СПб. : Гуманитарная академия ; Университетская книга, 2004. – 416 с.
117. Фукуяма Ф. Наше постчеловеческое будущее: последствия биотехнологической революции / Ф. Фукуяма ; [пер. с англ. М. Б. Левина]. – М. : АСТ ; Люкс, 2004. – 349 с.
118. Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность. Московские лекции и интервью / Ю. Хабермас ; [пер. с нем.]. – М. : Academia, 1995. – 246 с.
119. Хайдеггер М. Письмо о гуманизме / М. Хайдеггер // Хайдеггер М. Время и бытие : статьи и выступления. – М., 1993. – С. 192 – 221.
120. Хакен Г. Синергетика / Г. Хакен – М. : Мир, 1980. – 406 с.
121. Хантингтон С. Кто мы? Вызовы американской национальной идентичности / С. Хантингтон ; [пер. с англ. А. Башкирова]. – М. : АСТ ; Транзиткнига, 2004. – 635 с.
122. Цветков С. В. Социально-философский анализ аксиосферы сетевого общества : дисс. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Цветков Сергей Валерьевич. – СПб., 2011. – 153 с.

123. Ціннісні орієнтації : аналіз соціально-філософських концепцій заходу 80-90-х років / НАН України ; Ін-т філософії ; відп. ред. А. Т. Гордієнко. – К. : Наукова думка, 1995. – 208 с.

124. Чмихун С. Є. Соціальне знання в інформаційно-комунікативному просторі сучасного суспільства : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03 / Чмихун Світлана Євгенівна. – Х., 2008. – 188 с.

125. Шелер М. Избранные произведения / М. Шелер ; [пер. с нем. ; сост., науч. ред., предисл. А. В. Денежкина ; послесл. Л. А. Чухиной]. – М. : Гнозис, 1994. – 490 с.

126. Штерн В. Личность и вещь / В. Штерн. – Лейпциг, 1906-1924. – 300 с.

127. Эриксон Э. Идентичность и неукорененность в наше время / Э. Эриксон // Философские науки. – 1995. – № 5–6. – С. 217 – 236.

128. Южанинова Е. Р. Аксиосфера Интернета и личность : [моногр.] / Е. Р. Южанинова. – М. : Дом педагогики, 2013. – 274 с.

129. Яковенко Б. В. Гюго Мюнстерберг. Философия ценностей / Б. В. Яковенко // Вопросы философии и психологии. – 1909. – Кн. 2 (97). – С. 309 – 322.

130. Abram C. Facebook for Dummies / C. Abram. – John Wiley & Sons, 2013. – 336 p.

131. Assmann J. Religion and Cultural Memory: Ten Studies / J. Assmann ; transl. Rodney Livingstone. – Stanford University Press, 2006. – 222 p.

132. Barber B. Constructing the Social System / B. Barber. – Transaction Publisher, 1993. – 503 p.

133. Bell D. The Cultural Contradictions of Capitalism / D. Bell. – London : Heinemann, 1976. – 363 p.

134. Bentham J. Deontology together with a Table of the Springs of Action and the Article of Utilitarianism / J. Bentham. – Oxford: Clarendon Press, 1983. – 281 p.

135. Benwel B. Discourse and Identity / B. Benwel. – Edinburgh University Press, 2006. – 314 p.

136. Berting J. Europe: A Heritage, a Challenge, a Promise / J. Berting. – Eburon Uitgeverij B. V., 2006. – 233 p.
137. Browning G. Understanding Contemporary Society: Theories of the Present / Browning G., Halcli A. – SAGE, 2000. – 502 p.
138. Building Virtual Community: Learning and Change in Cyberspace / eds. K. Ann Renninger, Wesley Shumar. – Cambridge University Press, 2002. – 380 p.
139. Castells M. Communication Power / M. Castells. – New York : Oxford UP, 2013. – 624 p.
140. Castells M. The Network Society: A Cross-Cultural Perspective / M. Castells. – Cheltenham : Edward Elgar, 2004. – 464 p.
141. Castells M. The Power of Identity / M. Castells. – [2 nd. ed.]. – Oxford : Malden, MA : Blackwell, 2004. – 584 p.
142. Castells M. End of Millenium / M. Castells. – [2 nd. ed.]. – Oxford : Malden, MA : Blackwell, 2000. – 448 p.
143. Castells M. The Network Society: From Knowledge to Policy / M. Castells, G. Cardoso. – Washington, DC : Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations, 2005. – 434 p.
144. Castells M. Mobile Communication and Society: A Global Perspective / M. Castells, M. Fernandez-Ardevol. – Massachusetts : Massachusetts Institute of Technology, 2007. – 331 p.
145. Castells M. The Information Society and the Welfare State: The Finnish Model / M. Castells, P. Himanen. – New York : Oxford UP, 2002. – 200 p.
146. Christoffersen L. Religion in the 21st Century: Challenges and Transformations / L. Christoffersen. – Ashgate Publishing Ltd, 2010. – 234 p.
147. Ciaffa Jay A. Max Weber and the Problems of Value-free Social Science: A Critical Examination of the Werturteilsstreit / Ciaffa Jay A. – Bucknell University Press, 1998. – 190 p.
148. Comparative Religious Ethics: A Narrative Approach to Global Ethics / Darrel J. Fasching, Dell Dechant, David M. Lantigua. – [2nd ed.]. – Oxford : Blackwell Publishing Ltd., 2011 – 400 p.

149. Cultural Heritage and Human Rights / eds. Helaine Silverman, D. Fairchild Ruggles. – Springer, 2008. – 206 p.
150. Cultural Human Rights / eds. Francesco Francioni, Martin Scheinin. – BRILL, 2008. – 369 p.
151. Cultural Identity and Archaeology: The Construction of European Communities / eds. C. S. Gamble, P. Graves-Brown, Sian Jones. – Routledge, 2013. – 304 p.
152. Dijk T. A. Ideology and Discourse / T. A. Dijk // Journal of Political Ideologies. – 2006. – № 11 (2). – P. 115 – 140.
153. Drucker P. F. Post-Capitalist Society / P. F. Drucker. – N. –Y. : Harper Business, 1993. – 232 p.
154. Eder K. Collective Memory and European Identity: The Effects of Integration and Enlargement / K. Eder, W. Spohn. – Ashgate Publishing, Ltd., 2005. – 228 p.
155. European Identity: Theoretical Perspectives and Empirical Insights / eds. Ireneusz Pawel Karolewski, Viktoria Kaina. – LIT Munster, 2006. – 316 p.
156. Forest J. J. F. Countering Terrorism and Insurgency in the 21st Century: International Perspectives : [3 v.] / J. J. F. Forest. – ABC-CLIO, 2007. –
V. 2 : Combating the Sources and Facilitators. – 2007. – 603 p.
157. Forest J. J. F. Countering Terrorism and Insurgency in the 21st Century: International Perspectives : [3 v.] / J. J. F. Forest. – Greenwood Publishing Group, 2007. –
V. 1 : Strategic and Tactical Considerations. – 2007. – 696 p.
158. Gilbert P. Cultural Identity and Political Ethics / P. Gilbert. – Edinburgh University Press, 2010. – 202 p.
159. Griffin D. R. Whitehead's Radically Different Postmodern Philosophy: an Argument for its Contemporary Relevance / D. R. Griffin. – State University of New York Press, 2007. – 303 p.
160. Held D. Cosmopolitanism: Ideals and Realities / D. Held. – John Wiley&Sons, 2013. – 312 p.

161. Howard P. *Heritage: Management, Interpretation, Identity* / P. Howard. – Continuum, 2003. – 278 p.
162. Hunt S. *Alternative Religions: A Sociological Introduction* / S. Hunt. – Ashgate Publishing, Ltd., 2003. – 268 p.
163. *Hybrid Identities: Theoretical and Empirical Examinations*/ eds. Keri E. Iyall Smith, Patricia Leavy. – BRILL, 2008. – 409 p.
164. Hyman G. *The Predicament of Postmodern Theology: Radical Orthodoxy or Nihilist Textualism?* / G. Hyman. – Westminster John Knox Press, 2001. – 198 p.
165. Inglehart R. *Culture Shift in Advanced Industrial Society* / R. Inglehart. – Princeton University Press, 1990. – 484 p.
166. Jackson R. L. *The Negotiation of Cultural Identity: Perceptions of European Americans and African Americans* / R. L. Jackson. – Greenwood Publishing Group, 1999. – 123 p.
167. Kumar K. *From Post-Industrial to Post-Modern Society* / K. Kumar. – Oxford : Blackwell, 1995. – 218 p.
168. Lawson D. *Investigating a Global Axiology: Looking for a Global Leadership Ethic* / D. Lawson. – ProQuest, 2008. – 225 p.
169. Luckmann T. *The Invisible Religion: The Problem of Religion in modern Society* / T. Luckmann ; Hardcover – February. – New York : Macmillan, 1967. – 128 p.
170. Lull J. *Media, Communication, Culture: A Global Approach* / J. Lull. – John Wiley & Sons, 2013. – 318 p.
171. Madsen R. *Morality and Power in a Chinese Village* / R. Madsen. – University of California Press, 1986. – 283 p.
172. McDonald H. P. *Radical axiology* / H. P. McDonald. – Amsterdam-New York : Editions Rodopi B. V., 2004. – 401 p.
173. Mills S. *Discourse* / S. Mills. – Routledge, 2004. – 176 p.
174. Morin E. *Pour une politique de civilization* / E. Morin. – Ed. Arlea, 2002. – 130 p.
175. *Nationalism, Ethnicity, and Identity: Cross National and Comparative Perspective* / ed. Russell F. Farnen. – Transaction Publishers, 2004. – 538 p.

176. Prickett S. Narrative, Religion and Science: Fundamentalism versus Irony, 1700 – 1999 / S. Prickett. – Cambridge University Press, 2002. – 281 p.
177. Rethinking Heritage: Cultures and Politics in Europe / ed. Robert Shannan Peckham. – I. B. Tauris, 2003. – 268 p.
178. Sagi A. Religion and Morality / A. Sagi, D. Statman. – Editions Rodopi B. V., 1995. – 193 p.
179. Schwartz S. H. Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications / S. H. Schwartz, W. Bilsky // Journal of Personality and Social Psychology. – 1990. – № 58. – P. 878 – 891.
180. Song F. W. Virtual Communities: Bowling Alone, Online Together / F. W. Song. – Peter Lang, 2009. – 178 p.
181. Storey J. Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction / J. Storey. – Pearson Education, 2006. – 191 p.
182. Taylor B. Entertainment Theology (Cultural Exegesis): New-Edge Spirituality in a Digital Democracy / B. Taylor. – Baker Academic, 2008. – 256 p.
183. The Globalization of Human Rights / eds. Jean-Marc Coicaud, Michael W. Doyle, Anne-Marie Gardner. – United Nations University Press, 2003. – 208 p.
184. Universal Declaration of Human Rights [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.un.org/en/documents/udhr/>
185. Values and Principles in European Union Foreign Policy / Sonia Lucarelli, Ian Manners. – Routledge, 2006. – 256 p.
186. Wodak R. The Discursive Construction of National Identity / R. Wodak. – Edinburgh University Press, 2009. – 276 p.
187. Yus F. Cyberpragmatics: Internet-mediated Communication in Context / F. Yus. – John Benjamins Publishing Company, 2011. – 353 p.